

*“ESTUDIO CORRELACIONAL Y PREDICTIVO ENTRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA,
EL PERFIL EMPRENDEDOR Y LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS, EN MUJERES
ADULTAS RADICADAS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, COLOMBIA”.*

*“CO-RELATIONAL- PREDICTIVE STUDY BETWEEN BUSINESS ACTIVITY, PROFILE OF
ENTREPRENEURSHIP AND ENTREPRENEURIAL ATTITUDES IN ADULT WOMEN BASED
IN THE CITY OF BUCARAMANGA, COLOMBIA”*

**TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAGISTER EN
DESARROLLO SOCIAL**

ESTUDIANTE INVESTIGADOR: CARLOS QUINTERO DUQUE, MBA

DIRECTORA DE TESIS: MARÍA AMARÍS MACÍAS, PHD

COORDINADOR DEL PROGRAMA: CAMILO MADARIAGA, PHD

DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN DESARROLLO SOCIAL

UNIVERSIDAD DEL NORTE

BARRANQUILLA

2013

*“Así que la tarea no es contemplar lo que nadie ha contemplado todavía,
sino meditar, como nadie ha meditado aún,
sobre lo que todo el mundo tiene ante los ojos”*

Arthur Schopenhauer

Título: “Estudio correlacional y predictivo entre la actividad emprendedora, el perfil emprendedor y las actitudes emprendedoras, en mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga, Colombia”

Autor: Carlos Augusto Quintero Duque

Correo electrónico: carlos@dinamicaconsultores.com

Directora: María Amarís Macías.

Correo electrónico: mamaris@uninorte.edu.co

Programa: Maestría en Desarrollo social

Universidad del Norte

Barranquilla

2012

Resumen

La presente investigación ha pretendido correlacionar la actividad emprendedora, el perfil emprendedor, y las actitudes emprendedoras en mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga. Así mismo, se pretende estimar la probabilidad de que tiene este mismo grupo objetivo de involucrarse en actividades emprendedoras. Para lograrlo fue empleada la metodología del Macroestudio del *Global Entrepreneurship Monitor, Bucaramanga 2011-2012*. En lo referente a la *actividad emprendedora* fueron aplicadas las escalas de estratificación de *Emprendedora Naciente, Propietarias y Administradoras, Empresarias Potenciales y Discontinuas*, según la Tasa de Actividad Emprendedora, TEA, a 251 mujeres adultas, radicadas en esta ciudad. Así mismo, se les aplicó las escalas de *actitudes emprendedoras* contenidas en los bloques 4, 5 y 6 de la versión en español de la *Adult Population Survey, APS, (GEM)*; en la descripción del *perfil emprendedor* se aplicaron las escalas *Demográficas*, contenidas en el bloque 7; y *Educación* contenida en el bloque 8, del mismo instrumento.

Los resultados indican que la Tasa de Actividad Emprendedora de las mujeres en Bucaramanga, a pesar de estar en igualdad de condiciones que las de los hombres (17,4%), está por debajo del promedio nacional (21,4%). También se estableció que los emprendimientos de las mujeres no son favorables para su sostenimiento de largo plazo. Se encontró que entre las *actitudes emprendedoras* no existen correlaciones muy altas, siendo las de más alta interdependencia el *potencial emprendedor* y la *percepción de conocimientos y habilidades*, es decir, que a medida que las mujeres perciben que tienen *habilidades y conocimientos* para crear una empresa, mayor es la tendencia a ponerla en marcha en los próximos tres años. Igualmente. Entre las predicciones, llama la atención que la actitud denominada como *miedo al fracaso* no es un impedimento para que las mujeres decidan iniciar una actividad emprendedora.

Palabras clave: Emprendimiento, Tasa de Actividad Emprendedora (GEM), perfil emprendedor, actitudes emprendedoras, Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Abstract

This research aims to correlate the business activity, the entrepreneurial profile and entrepreneurial attitudes in adult women based in the city of Bucaramanga. Also, we want to estimate the probability of having the same target group to engage in entrepreneurial activities. To achieve methodology was employed macroestudio Global Entrepreneurship Monitor, Bucaramanga 2011-2012. Regarding business activity were applied stratification scales Rising Entrepreneur, Owners and Managers, Entrepreneurs and Discontinuous Potentials as Entrepreneurial Activity Rate, TEA, within the macro study Global Entrepreneurship Monitor, Bucaramanga 2011-2012, to 251 adult women, located in this city. Furthermore, we applied entrepreneurial attitudes scales contained in blocks 4,5 and 6 Spanish version of the Adult Population Survey, APS, (GEM) and the description of the scale entrepreneur Demographic profile contained in the block 7 and Education contained in block 8, the same instrument.

The results indicate that entrepreneurial activity rate of women in Bucaramanga, despite being equal to those of men (17.4%) is below the national average (21.4%). It was also established that women's entrepreneurship are not favorable for long-term sustainability. It was found that between entrepreneurial attitudes are not very high correlations, with the highest entrepreneurial potential interdependence and perception of knowledge and skills, that is, that as women perceive they have skills and knowledge to start a business, greater the tendency to set it up in the next three years also. Among the predictions, it is noteworthy that the attitude referred to as fear of failure is not an impediment for women to decide to start an entrepreneurial activity

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurship rate, profile entrepreneur, entrepreneurial attitudes, Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Ciudad y fecha:

DEDICATORIAS

A Dios, luz que guía la sabiduría de todos los hombres: que me llevó con prudencia en la corta línea de este camino. A Ana María (+:), Luis Antonio, Claudia Sofía por aguantarme en mi constante inmadurez; A Patricia por acompañarme con amor en mi ausencia. A todas las personas que hicieron posible que llegara cada mes a la ciudad de Barranquilla, a todas las personas que me recibieron en esa hermosa ciudad; al equipo completo de la Universidad del Norte; al Cosmos en toda su profunda belleza, que conspiró bondadosamente para llegar a esta instancia.

El Autor

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A la Doctora María Amarís por su puntualidad y profundidad en la dirección de este proyecto de investigación.

A todo el equipo humano, administrativo y docente del Programa de la Maestría en Desarrollo social en la Fundación Universidad del Norte.

Al Doctor Camilo Madariaga por su asistencia permanente en el proceso de desarrollo del programa.

A los compañeros de clase, por su carisma y acompañamiento en la construcción de conocimiento.

A la Corporación Universidad Autónoma de Bucaramanga que me permitió llevar a cabo esta investigación al hacerme investigador del equipo GEM Colombia, especialmente al Doctor Alfonso Gómez – Gómez (+), quien me permitió acceder como investigador a esta importante metodología.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11
1. JUSTIFICACIÓN.....	15
2. MARCO TEORICO.....	20
2.1 Antecedentes en el estudio del emprendimiento.....	20
2.2 Antecedentes del emprendimiento femenino.....	29
2.3 El Monitoreo Global de Emprendimiento (GEM).....	37
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	40
4. OBJETIVOS.....	41
4.1. Objetivo General.....	41
4.2. Objetivos Específicos.....	41
5. DEFINICIÓN DE VARIABLE.....	42
5.1 Definición Conceptual.....	42
5.2 Definición Operacional.....	44
6. CONTROL DE VARIABLES.....	46
6.1 Variables controladas en los sujetos.....	46
6.2 Variables no controladas.....	46
7. HIPÓTESIS.....	47
7.1. Hipótesis General.....	47
7.2. Hipótesis Específicas.....	47
8. METODOLOGÍA.....	48
8.1. Tipo de Investigación.....	48

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

8.2. Población.....	49
8.3. Sujetos.....	49
8.4. Instrumento.....	49
8.5. Procedimiento.....	50
9. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	53
9.1. <i>Actividad Emprendedora</i>	53
9.2 <i>Perfil de la emprendedora</i>	54
9.3 <i>Aspiraciones de la emprendedora</i>	60
9.4 <i>Actitudes emprendedoras</i>	64
9.5 Correlación entre <i>actitudes emprendedoras</i>	69
9.6 Predicción – <i>Modelo Logit</i>	72
10. CONCLUSIONES.....	78
11. BIBLIOGRAFÍA.....	86
ANEXOS.....	93
Anexo 1: FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	94
Anexo 2: INSTRUMENTO VERSIÓN EN ESPAÑOL.....	95

INTRODUCCIÓN

América Latina (AL) vive un momento desafiante para mejorar sus condiciones de equidad y desarrollo social, desde el nacimiento del liberalismo capitalista como doctrina política y económica a nivel mundial. El reto se explica, de una parte, por el crecimiento económico de la región, estimado en un 4,3% del Producto Interno Bruto, (PIB) durante el 2011, suponiendo una expansión del 3,2% del PIB Per cápita en el mismo periodo (CEPAL,2011) . De otra parte, es la región más desigual y urbanizada del planeta, donde el 80% de la población vive en ciudades, más de un cuarto de ella en tugurios; con una desigualdad distributiva donde el 20% de la población más rica tiene en promedio un ingreso per cápita casi 20 veces superior al ingreso del 20% más pobre (ONU-HABITAT, 2012).

En este panorama, jóvenes y mujeres, son los grupos poblacionales más perjudicados por su falta de acceso a factores como el trabajo, la tierra, el capital, la información, las nuevas tecnologías, los recursos naturales y la vivienda. En éste último grupo (*Mujeres*) apenas se menciona en los diferentes estudios, su crucial importancia como base de la estructura social y las actividades relacionadas con su trabajo no remunerado en el hogar (PNUD, 2008). En el Informe “*Estado de las ciudades en América Latina y el Caribe 2012*”, publicado por el Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos, países como México, Guatemala o República Dominicana, la tasa de participación de hombres y mujeres en el mercado laboral, en áreas urbanas, tiene una diferencia de al menos 30 puntos porcentuales, siendo los hombres varones la mejor posición. En el mismo informe se estima que el promedio

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

salarial de las mujeres, entre los 20 a 49 años que habitan en zonas urbanas, es bastante inferior al salario de los hombres, estando en condiciones similares de edad y categoría profesional.

Colombia ocupa el séptimo lugar en desigualdad social en el mundo, y el segundo en América Latina (CEPAL, 2012), escalando la problemática de género de toda la región, con agravantes particulares enmarcados en situaciones de violencia contra la mujer en el conflicto armado, tales como “(i) la violación, (ii) la planificación reproductiva forzada, (iii) la esclavización y explotación sexuales, (iv) la prostitución forzada, (v) el abuso sexual, (vi) la esclavización sexual por parte de los jefes o comandantes, (vii) el embarazo forzado, (viii) el aborto forzado y (ix) el contagio de infecciones de transmisión sexual”. (Corte Constitucional Colombiana Auto 092 - 2008).

La equidad junto con la pobreza, son indicadores de desarrollo humano de un determinado país (OECD), y en buena medida, ambos, dependen de la condición política de los ciudadanos, no solamente como consumidores, sino como sujetos libres, que pueden decidir sobre su bienestar individual en función del bienestar común (Claro, 2011). Con esta premisa, se analizan dos vías legales para que la mujer mejore sus condiciones de desarrollo humano: (1) el acceso al trabajo, trabajo no precario, en igualdad de condiciones, con la posibilidad de satisfacer sus necesidades básicas y acceder a los distintos bienes que produce la sociedad, como se quiera que este es un factor decisivo para generar bienestar en la economía capitalista que prevalece (Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Social, ONU: 1995). La segunda vía (2) es la “autopista” del emprendimiento, entendido como la capacidad, el dominio y la transformación de la naturaleza, al servicio de la resolución de problemáticas y atención a las necesidades del ser humano, incrustado en una estructura social (Consenso de Quito, 2007); característica que se

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

propone como el mecanismo para promover equitativamente la autonomía y participación de la mujer en el mercado, la política, la vida pública y el devenir de la sociedad latinoamericana con señales claras de igualdad y desarrollo (Montaño, 2005).

Este reporte, investiga la “*segunda vía*” y cuenta con la participación de mujeres adultas de 18 a 64 años de edad, radicadas en la ciudad de Bucaramanga, capital del departamento de Santander, ubicado al nororiente de Colombia; cuya población es de 525.119 habitantes (DANE, proyecciones 2011) representando un poco más del 1% de la población total del país, distribuida en 52,2% mujeres y el 47,8% hombres. La tasa de desempleo en esta ciudad fue de 9.6%, por debajo del promedio nacional ubicado en el 10.8%. Por el contrario, la tasa de subempleo subjetivo es de 34.8%, por encima del promedio nacional ubicado en el 31.5%, lo cual indica la gran informalidad en el empleo de esta ciudad (DANE, 2011).

Este estudio, marcadamente cuantitativo, parte del Monitoreo Global de Emprendimiento, (GEM por sus siglas en inglés), capítulo Bucaramanga 2011-2012, y profundiza su análisis sobre el fenómeno del emprendimiento en mujeres adultas radicadas en Bucaramanga, durante las etapas tempranas de su experiencia emprendedora, debido a que justamente el estudio GEM, mencionado anteriormente, demuestra la baja probabilidad de permanencia a largo plazo de los proyectos emprendedores femeninos, tendencia que intensifica la necesidad estudiar los factores decisivos en éstas fases para minimizar la tendencia de salida de mercado de los proyectos productivos de las mujeres emprendedoras de esta ciudad. Para afianzar este propósito, se analizan las escalas de estratificación de la *Actividad Emprendedora (GEM)*, señalando factores decisivos de dos etapas del proceso emprendedor: (1) “*Emprendedora potencial*”, que son

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

mujeres que están en este estadio de desarrollo para involucrarse en una actividad emprendedora a futuro; (2) "*Emprendedora naciente*", que son mujeres que están desarrollando el nacimiento de la empresa, es decir, que es la etapa en la que ellas convierten en realidad su proyecto productivo. Un segundo factor investigado descriptivamente en este estudio, es *el perfil emprendedor de las mujeres*, analizando las escalas, de la versión en español, de la encuesta a población adulta, o *APS por su sigla en inglés, (Adult Population Survey)*, empleadas en el reporte GEM, específicamente en los bloques de categoría: *Demográficos (7) y Educación (8)*. Un tercer y último factor decisivo, que se investiga de manera correlacional, son las *actitudes emprendedoras*, basadas en las percepciones, creencias y valores de las mujeres emprendedoras frente a la actividad emprendedora, específicamente en la *oportunidad de crear empresa, los conocimientos y habilidades necesarias para lograrlo, el temor al fracaso empresarial, estatus del "ser empresario", la creación de empresa como elección de carrera de vida, el potencial emprendedor y la cobertura de los medios de comunicación a procesos emprendedores de la mujer en la región*; aplicando las escalas de calificación del *Encuesta de Población Adulta*, en los bloques por categoría 4, 5 y 6. Con la información derivada de estos tres análisis, se estimaron las correlaciones de rigor frente a la probabilidad que tiene este grupo objetivo de involucrarse en actividades emprendedoras.

La firme convicción de estudiar y promover el desarrollo del emprendimiento en las mujeres de Bucaramanga, como vía a la mejora sustancial de su desarrollo humano y la equidad de género, es la premisa que acompaña este estudio hasta el cierre de la investigación.

1. JUSTIFICACIÓN

El avance de las mujeres en la actividad emprendedora alrededor del mundo representa un interesante factor a considerar dentro del desarrollo económico y social de los países (Minniti, 2005). El emprendimiento femenino es sin duda un factor de *empoderamiento y autonomía* en la mujer que desata la relación de dependencia que éste género ha tenido por el *empleo* (Heller, 2010).

La sola contribución de la mujer al desarrollo de América Latina en su rol dentro de la familia, como soporte estructural de la sociedad, particularmente en “*el trabajo doméstico*” y “*la carga de cuidado infantil*” CEPAL (2012, p49), convive con la inequidad laboral de género. En estudios elaborados en la región (*AL*) sobre empleo, la tasa de participación femenina está por debajo de los parámetros de los países desarrollados, aumentando la brecha en trabajos remunerados de sectores de baja productividad, mientras disminuyen los ingresos relacionados; y siendo junto con los “jóvenes”, las dos categorías con mayores niveles de desocupación, trabajos precarios e inestabilidad laboral en la región (CEPAL/OIJ, 2004; OIT, 2007; OIT/PNUD, 2009).

Las distintas acciones estratégicas que promuevan la autonomía y el emprendimiento femenino, coadyuvan a la equidad de género en la región. Investigaciones llevadas a cabo por organismos multilaterales indican que las desigualdades de género en las sociedades en desarrollo inhiben el crecimiento económico y el desarrollo (UNDP, 2009; UNIFEM, 2010;

Banco Mundial, 2007, 2008,2009). Un reciente informe del *Banco Mundial* confirma que las sociedades que discriminan con base al género, son proclives a una mayor pobreza, un crecimiento económico lento, gobiernos más débiles y fluctuantes, y un nivel de vida más bajo de sus ciudadanos.

El informe “Metas sobre el Milenio” (2005) la CEPAL define la autonomía en la mujer como “el grado de libertad que una mujer tiene para poder actuar de acuerdo a su elección y no con la de otros. En este sentido existe una estrecha relación entre la adquisición de autonomía de las mujeres y los espacios de poder que pueda instituir, tanto individual como colectivamente” (ONU, 2010). Estudios de la Organización Internacional del Trabajo, en los que las *mujeres emprendedoras* son denominadas *empleadoras*, demuestran que esta población ocupa en Latinoamérica una proporción mayor al promedio mundial, ubicándose en un 1,8%, porcentaje del cual existe una mayor proporción de mujeres empleadoras en las zonas urbanas (26%), respecto de las zonas rurales (15,7%). En el caso colombiano la tasa de mujeres empleadoras es 27,4%¹, siguiendo la dinámica de la región en la estratificación, entre zonas rurales y urbanas, de toda la región (OIT, 2008), consistente con otros estudios que concluyen que las mujeres constituyen mas de un tercio de las personas involucradas en la actividad emprendedora del mundo (Amoros y Pizarro, 2008). En población con mayores niveles educativos, por ejemplo, la alternativa de ser emprendedora, puede llegar a brindar a las mujeres posibilidades de progreso y de convertirse en sus “propias jefas” y eliminar barreras que limitan sus posibilidades de desarrollo como empleadas dentro del sector formal. (Kanter,1995; Holmquist, 1996; Marshall, 1995).

¹ Organización Internacional del Trabajo (OIT), Panorama Laboral de América Laboral de América Latina y el Caribe, 2007.

Los estudios sobre *emprendimiento femenino* en la región (AL) siguen siendo limitados, en parte por la escasa participación de las mujeres dentro de las actividades productivas, pero también por que con frecuencia los enfoques empleados en los estudios son de carácter estrictamente económico y productivo, sin especificar los roles de género (Heller, 2010), sin reconocer a la mujer emprendedora en sus factores “*disposicionales*” relacionados con la condición social, el medio, los lazos afectivos y sociales así como en sus motivaciones y estímulos (Allen, 2008).

Uno de los más extensos reportes de investigación académica sobre emprendimiento a nivel internacional es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que analiza desde 1999 a más de 80 economías en todas las regiones del mundo (Kelley, Bosma y Amorós, 2011; Reynolds, 2005), indaga sobre las características de las personas –individuos– en el proceso de creación, gestación y fortalecimiento de una empresa, diferenciándolo de otros estudios que recopilan información estadística sobre formalización de nuevas empresas o el perfil económico de las mismas.

Colombia se vinculó como país a este estudio desde el 2006 y el último reporte 2011 -2012, el GEM – Colombia, arrojó resultados relevantes que obligan a seguir estudiando el fenómeno del emprendimiento femenino con mayor profundidad, por mencionar algunos: *(1) existen 1.65 hombres con actividad emprendedora por cada mujer; (2) La tasa de actividad emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) para hombres es de 26,9% mientras para mujeres de 16,3%, existiendo una mayor disparidad de género en Colombia, en comparación con el promedio*

reportado por los países de América Latina y el Caribe. (3) El indicador Tasa Hombres Emprendedores Establecidas/Tasa Mujeres Emprendedoras Establecidas, es decir cuántos hombres propietarios hay por cada mujer propietaria de una empresa de más de 42 meses de existencia, muestra que la tasa de hombres es cerca del doble de la tasa de mujeres (GEM Colombia 2011-2012).

El reporte concluye a nivel general dentro de sus factores negativos la *Baja Participación de las mujeres en la Actividad Emprendedora*² y en el *intraemprendimiento*.³ (GEM Colombia 2011-2012).

Por lo expresado, es impostergable realizar un acercamiento como el que propone este estudio, que permita capitalizar lo estudiado sobre la actividad emprendedora en Bucaramanga y profundice los reportes descriptivos existentes (GEM Colombia/Bucaramanga 2010-2011, 2011-2012) sobre los factores claves ser emprendedor, explicando cómo dichos factores se relacionan e inciden la probabilidad de que este grupo poblacional se involucre en procesos emprendedores.

El presente trabajo investigativo contribuye además al desarrollo de programas y proyectos de organismos públicos y privados de la ciudad que propenden por el desarrollo social y la igualdad de género. A nivel público por ejemplo, lo concerniente en el “ODM 3: Equidad de Género” del *Avance de los Objetivos del Milenio* para la ciudad de Bucaramanga, desarrollado por el

² *Global Entrepreneurship Monitor*, Colombia 2011-2012. (Pág. 27)

³ *Ídem*, Pág. 54.

Programa Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, y la Alcaldía de Bucaramanga. A nivel privado, en los diversos campos de acción de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, que promueven la igualdad de género en la materialización de proyectos emprendedores de mujeres, autosostenibles y sustentables, como es el caso del Proyecto “*Creación de Empresas Sostenibles lideradas en Colombia - Mujeres ECCO*”, patrocinado por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, y el Fondo Multilateral de Inversiones, FOMIN. Además de los otros programas de género que puedan desarrollar los distintos actores, incluyendo las Organizaciones No Gubernamentales, involucrados en el desarrollo humano en la ciudad de Bucaramanga.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes en el estudio del emprendimiento

Además de complejo, el *emprendimiento* resulta un término confuso y difícil de conceptualizar, en parte por su inmadurez científica, expresada en la multiplicidad de instrumentos de medición, las pocas uniones entre investigaciones, la basta cantidad de dimensiones del conocimiento que le vienen estudiando; pero también por la frecuente cercanía en los estudios de *emprendimiento* con la economía y la administración de empresas. (Dery, Tolouse: 1994)

El *emprendimiento* es un neologismo derivado del término inglés “*entrepreneurship*”, que a su vez se deriva de la raíz francesa del término *entrepreneur*, que significa *hacer o llevar a cabo*, que puede dividirse en dos vocablos: *entre* = entre y *preneur* = creador, traduciendo literalmente “*intermediario*” (Filion, 2011). Se puede denominar *emprendimiento* a las actividades de *quien* se dedica a la generación de riqueza, sea transformando conocimientos en productos o servicios, generando conocimiento propio o innovando en áreas propias de las empresas. Al respecto afirma Dolabela:

“el emprendedor es alguien que define por sí mismo lo que va a hacer y en qué contexto será hecho. Al definir lo que va a hacer, él tiene en cuenta sus sueños, deseos, preferencias, y el estilo de vida que quiere tener. De esta forma, consigue dedicarse intensamente, ya que su trabajo se confunde con el placer”. (Dolabela, 2005. Pg.45)

Otra definición multidimensional y más completa del emprendimiento es relacionada con el *espíritu empresarial* en el *empresario*, que define al *emprendedor* como un sujeto que innova, reconoce oportunidades, toma decisiones moderadamente arriesgadas, conduce a acciones, entiende del uso eficiente de los recursos y aporta un valor añadido en todas sus decisiones. (Filion, 2011)

Uno de los pioneros del estudio del concepto de *emprendimiento* y el *espíritu empresarial*, fue Joseph Alois Schumpeter, al postular en 1928 que “*la esencia del espíritu empresarial radica en la percepción y explotación de nuevas oportunidades*” (Schumpeter: 1928), asociando además el valor de los emprendedores con la *innovación*, como personas necesarias para reordenar la dinámica económica mundial y las organizaciones. Más adelante se analizarían otras características, como su relación constante con el *riesgo* (Palmer, 1971; Rosemberg, 1982); con la *creación de valor* en la sociedad (Fayolle, 2008); desde el pensamiento sistémico y el enfoque industrial, el emprendedor como un sujeto con habilidades para *coordinar* y *administrar los recursos de producción y administración* al interior de las organizaciones (Cole, 1943; Wilken, 1942; Pearce, 1981; Casson 1982); con pensamiento visionario (Filion, 2004), enfocado hacia la acción (Baty, 1981); con creatividad en su orientación empresarial (Zaleznik, 1976); con el control del poder y la afiliación como base de todas sus actuaciones (McClelland, 1961), entre otros.

Una teoría más reciente en torno al emprendimiento, denominada *Teoría Económica Institucional* (North, 1990), hace referencia a la relación de éste con los distintos factores

ideados por la sociedad para conducir las relaciones o el comportamiento humano y emplea el concepto de “institución” de una manera muy amplia y relacionada con el emprendimiento. Este tratado afirma que las instituciones, son normas y reglas que rigen en la sociedad, condicionando el marco de relaciones que se producen en su interior, y se clasifican en instituciones formales: que comprenden las leyes, los reglamentos y los procedimientos gubernamentales; e instituciones informales, que incluyen las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, o sea la cultura de una sociedad determinada. (North, 1993)

Entendiendo las *instituciones informales* de la teoría económica institucional se plantean asuntos concernientes al emprendimiento al ofrecer un acercamiento para tratar las diferentes formas de interacción humana, partiendo de las actitudes y las creencias que al interior de la sociedad también influyen en el desarrollo del espíritu empresarial y el emprendimiento.

Krueger y Brazeal (1994), estudiaron elementos esenciales de varias teorías y modelos sobre emprendimiento, desarrollaron el modelo conocido como “*potencial empresarial*”. Además de las ya mencionadas *instituciones informales* (North, 1990) se basaron en la teoría del “*hecho empresarial*” (Shapero y Sokol, 1982) que afirman que la *conducta humana* del emprendedor es inherente al *entorno cultural y social* y solo se modifica cuando algo mueve su inercia, positiva o negativamente. Estos autores plantean además que este desplazamiento origina un cambio de conducta, que deriva en que el sujeto busque la mejor oportunidad de las alternativas posibles.

En otros estudios previos de Shapero, se encuentran concordancias a la teoría de “*hecho empresarial*”, en el sentido que afirma que el deseo de *emprender* se relaciona con el grado en que un individuo encuentra atractiva un proceso emprendedor (Shapero, 1978)

Otra teoría complementaria a la planteada por Shapero y Sokol, empleada por Krueger y Brazeal para su modelo, fue la “*teoría de la conducta planificada*” (Azjen, 1991), que afirma que la *intención* del individuo en emprender sucede porque actúa determinadamente buscando resultados a largo plazo. Según *Azjen*, las percepciones personales no actúan sobre las intenciones sino sobre las actitudes, y que éstas a su vez actúan en cadena sobre las intenciones, derivando en la *conducta*. Este mismo autor, propone en su teoría, que la *viabilidad* del sujeto de involucrarse en un proceso emprendedor depende de la *autoeficacia* percibida, es decir, de grado de dominio de las competencias y el control personal en una situación que le permita emprender. (Azjen, 1987).

Dos elementos confluyen entre “*el hecho empresarial*” y la “*teoría de la conducta planificada*”, por un lado, la *actitud hacia la conducta emprendedora*, es decir la preferencia de un individuo por participar en un proceso emprendedor; por el otro lado lo concerniente a las *normas subjetivas*, referentes a la percepción que tiene un individuo sobre qué pensarán las personas más importantes de su vida con relación al proceso emprendedor en el que está envuelto. Para Krueger y Brazeal, Azjen, Shapero y Sokol, se centran en la *actitud* como elemento vital para entender la conducta del emprendedor. Así se encuentra en otros autores

(Bird, 1988; Katz y Gartner, 1988) que afirman que el estudio de las *intenciones y las actitudes* son factores claves para el desarrollo del espíritu emprendedor.

Otro modelo, creado por Gnyawali y Fogel (1994), vincula las distintas dimensiones del entorno con la oportunidad, la predisposición y la habilidad de crear una empresa propia. Estos autores plantean que factores del entorno tales como la legislación y las políticas gubernamentales, los aspectos socioculturales, las medidas de apoyo económicas y no económicas y la formación y capacitación del empresario potencial pueden incidir en alguno de los elementos clave (oportunidad, predisposición y habilidad) para tomar la decisión de crear una empresa propia. De este modo, cada factor considerado del entorno estaría relacionado con un aspecto específico del proceso de creación de empresas que puede incidir en la decisión final de fundar una empresa propia.

Lazear (2003), desarrolla otro estudio en el que afirma que los emprendedores no deben tener habilidades sobresalientes en un área en específica, sino que deben tener habilidades equilibradas. Su afirmación la basa, analizando una base de datos de egresados de posgrado la Universidad de Stanford, donde encontró que aquellas personas que tenían antecedentes de diversos trabajos o funciones y que tomaron un plan de estudio más variado, tenían mayor probabilidad de empezar su propio negocio.

Fernando Pereira,⁴ en su estudio sobre la *Evolución del Espíritu Empresarial como Campo de Conocimiento*, estima que el emprendedor es y se caracteriza por la innovación constante, precisión que hace para evaluar el concepto de emprendimiento, más como un proceso que como un resultado de la acción específica de emprender. El mismo autor en su tratado analiza las distintas escuelas que han estudiado los conceptos asociados al espíritu empresarial.

Filion (2001), basado en un análisis a distintas investigaciones sobre el comportamiento emprendedor, afirma que las características más importantes son la *perseverancia, liderazgo, riesgos moderados, autenticidad, optimismo, flexibilidad, adaptabilidad, visionario*, entre otros, y hace concluir al respecto:

“Al día de hoy, no es aún posible establecer un perfil psicológico científico absoluto del emprendedor...no hemos llegado al punto en que podamos evaluar a una persona y establecer con certitud que será exitosa como emprendedora...” (Filion, 2001, traducción libre del autor; citado en, *Evolución del Espíritu Empresarial como Campo de Conocimiento*, Pereira Laverde 2007)

Otra de las escuelas de pensamiento emprendedor es la denominada “*escuela de procesos: opciones sistémicas y humanistas*”, que propone el *emprendimiento* como un mecanismo de desarrollo humano desde un modelo de dos dimensiones: (1) la creación de nuevo valor que caracteriza al *emprendedor* y (2) el desarrollo que supone su actividad emprendedora. Esta escuela que tiene como sus mayores representantes a Bruyat y Julien (1999), propone que toda

creación emprendedora debe ajustarse a unas condiciones del sistema donde se inserta, estableciendo una relación de doble vía entre el *individuo y el valor*, donde el primero es inalienable de todas sus partes de la existencia, su cuerpo, su mente y su espíritu. El segundo, lo toman del modelo económico neoliberal, que propone que un objeto tiene valor solo a partir de su intercambio, no a partir de su valor intrínseco. Volviendo a las dimensiones del modelo, los autores, proponen que en la medida en que el individuo (emprendedor-emprendedora) genere procesos de cambio, la creación de valor de sus actividades emprendedoras así lo tendrá.

Una reciente posición frente al *espíritu empresarial* sostiene que la generación actividad emprendedora no está asociada solamente con la función positivista de la creación de nuevos productos o el uso racional de los recursos, sino que también obedece a una manera de hacer relaciones humanas, pues al crear una empresa, obligatoriamente se establecen lazos con proveedores, clientes, sociedad y se entablan redes de trabajo que permiten movilizar patrones de conducta, valores compartidos y preocupaciones genuinas (Johannisson, 2011). Este mismo autor, reconoce que el carácter social del *espíritu empresarial* es lo que realmente impulsa el desarrollo de los proyectos productivos generando desarrollo económico constante y lo denomina como “*la causa social*” del espíritu empresarial.

Otros estudios sobre emprendimiento desde una mirada microeconómica, están relacionados con el análisis de las barreras que tienen los emprendedores y cuáles son las implicancias de las políticas públicas que se pueden extraer de ello para incentivar el emprendimiento y facilitar su puesta en práctica. Otras vertientes desde la misma mirada, analiza los determinantes

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

emprendimiento y del éxito empresarial, encontrando diversidad de variables determinantes para el emprendimiento, que se pueden agrupar en demográficas, como educación, edad, riqueza, y situación laboral; actitudinales y de percepción personal, como el grado de aversión al riesgo o la confianza en sí mismo, entre otras; y variables de la experiencia laboral de los individuos.

Ardagna y Lusardi (2008) analizaron los determinantes del emprendimiento en 37 países desarrollados y en desarrollo. Sus resultados demuestran que las características individuales como género, edad, y la situación dentro de la fuerza laboral, son determinantes significativos de emprendimiento. Así también, tener redes sociales y la actitud frente al riesgo son variables importantes a la hora de emprender.

En el estudio de Arenius y Minniti (2005) se investigan las variables que están correlacionadas con la decisión de emprender, utilizando datos para 28 países, y se vincula el emprendimiento a variables demográficas, económicas y de percepción (estado de alerta a las oportunidades, el miedo al fracaso y confianza en habilidades propias). Se encuentra que éstas últimas son todas significativas en la decisión de emprender, así como también, que son los hombres quienes tienen mayor probabilidad de emprender. Además se demuestra que existe una relación negativa con la edad, las personas que se encuentran trabajando tienen mayor probabilidad de emprender y hay una relación positiva con los ingresos y los años de educación.

Guiso y Schivardi (2005), demostraron en su estudio para el caso italiano, que los emprendedores principalmente aprenden viendo a otros emprendedores. En efecto, encuentran que en zonas donde hay mayor número de empresas, la productividad es mayor.

Para Hugo Kantis, profesor e investigador de emprendimiento en América Latina, los sujetos que inician una actividad emprendedora lo hacen en el marco de un *sistema emprendedor*, que lo considera como:

“El conjunto de elementos y factores que contribuyen u obstaculizan el proceso de nacimiento y desarrollo de empresas y empresarios, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.” Estos factores pueden agruparse en forma simplificada en siete categorías principales: (1) *Condiciones económicas y sociales: considera las condiciones macroeconómicas del país así como el contexto en el cual tiene lugar la vida de las familias, y su distinto perfil socio-demográfico;* (2) *Cultura y sistema educativo: involucra los factores culturales que inciden en la formación de vocaciones para emprender, tales como la valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos de empresariasejemplares;* (3) *Estructura y dinámica productiva: El perfil sectorial y el regional y el tamaño de las empresas e instituciones en las que trabajan las personas pueden contribuir al desarrollo de competencias emprendedoras en la población trabajadora y en la formación de sus redes de relaciones;* (4) *aspectos personales Considera las competencias para emprender como la propensión a asumir riesgos, la tolerancia al trabajo duro, la capacidad de gestión, la creatividad, etcétera.* (5) *Redes del emprendedor: existen redes sociales (amigos, familia), institucionales (asociaciones empresariales, instituciones de conocimiento superior, agencias de desarrollo) y comerciales (proveedores, clientes) que facilitan el proceso emprendedor;* (6) *Mercado de factores: Se refiere al acceso a los recursos financieros, a la oferta de trabajadores o de servicios profesionales, proveedores de*

insumos y equipamiento que inciden en la etapa de lanzamiento de la empresa y en su desarrollo inicial; y (7)Regulaciones y políticas: Conjunto de normas y políticas que inciden en la creación de empresas como impuestos, trámites necesarios para formalizar una nueva firma, iniciativas y programas de fomento al desarrollo empresarial. (Kantis, 2004,p.8-9)

2.2 Antecedentes en el estudio del emprendimiento femenino

El estudio del emprendimiento femenino cuenta con estudios a nivel mundial que reportan resultados tanto del entorno como de la visión emprendedora de las mujeres. La ausencia de estudios en el entorno latinoamericano es notoria para el repositorio científico en el campo.

Según una investigación de Dyer (1993) existen tres factores claves que inciden en la elección de la carrera empresarial en las mujeres: (1) Factores Individuales, relacionados con actitudes emprendedoras, entre las cuales se encuentran: motivación al logro, habilidad para asumir riesgos, necesidad de control, tolerancia a la incertidumbre. (2) Factores Sociales: desde el punto de vista de la influencia social como soporte en el éxito de la actividad emprendedora, representado en redes sociales de trabajo y apoyo a la empresa local, y (3) Factores Económicos: relacionados con la falta de oportunidades de empleo formal y la discriminación laboral que han sufrido las mujeres, especialmente en las regiones.

Al concluir la descripción de su modelo, Dyer reflexiona sobre el *Fracaso empresarial* como un patrón común que muchas emprendedoras han tenido antes de tener éxito empresarial.

Incluso el autor interpreta que los fracasos empresariales permiten que los factores individuales, sociales y económicos tengan una nueva perspectiva y entre en juego para nuevas y mejores decisiones empresariales, fortaleciéndose factores como la autonomía, perseverancia, riesgos calculados, entre otros. En otro estudio de género (Goffee y Sacsés ,1985, citados por Dyer) se determinó que las mujeres que percibían sus roles en relación con sus familias o con su trabajo tendían a organizar sus negocios alrededor de las necesidades y actividades familiares.

Langowitz y Minniti (2007) realizaron una investigación donde le dan mayor preponderancia al factor de la percepción tanto de mujeres como hombres a la hora de crear empresas. La investigación que aborda una amplia muestra de personas en 17 países, en la que ahonda en determinar cuáles son los factores que influyen en la propensión en el emprendimiento femenino. En el caso de las mujeres, se encontró que tienden a percibirse a sí mismas y al entorno empresarial en forma menos favorable que los hombres, independiente de la motivación empresarial. Las conclusiones del estudio sugieren que las variables de percepción pueden ser factores más importantes que los de índole socio-económico como la edad, el ingreso familiar o el nivel de educación alcanzada.

Bowen y Hisrich (1986) desarrollaron una investigación basándose en la perspectiva sobre *carrera empresarial* propuesta por Sonnenfeld y Kotter (1982), que arrojó elementos que permiten un mejor desarrollo y fomento del espíritu empresarial en las mujeres, encontrando los siguientes resultados: 1. Las mujeres tienen buena formación, aunque hay deficiencias en el área de habilidades gerenciales, 2. Rara vez son propietarias de grandes empresas, 3. Reportan una

necesidad de adquirir más capacitación en aspectos gerenciales, 4. No inician empresas en industrias tradicionales dominadas por hombres.

Anna y Cols (2000) desarrollaron un estudio de mujeres empresarias en EEUU, se confirmó que el crecimiento en el número de empresas de mujeres propietarias es alentador debido a su tasa de crecimiento, el tamaño de las empresas sigue siendo pequeño en términos de ingresos y número de empleos, debido a que se concentran principalmente en el comercio al por menor y las industrias caseras.

Según estudio del Banco Interamericano de Desarrollo BID (2010) al interrogante ¿Por qué las mujeres crean empresas?, el estudio arrojó las siguientes conclusiones:

- Entre las mujeres pobres, la principal motivación para la creación de una nueva empresa es la falta de oportunidades laborales.
- La baja rentabilidad de la educación en el trabajo asalariado.

De igual forma, al tratar de identificar ¿Por qué no crecen las empresas lideradas por mujeres?, se encontraron los siguientes hallazgos:

- Las empresarias le dedican menos tiempo a la empresa (trabajan menos).
- Culturalmente poseen cargas familiares adicionales.
- Falta de capacitación de calidad y cursos pertinentes.
- En algunos países las empresarias tienen capital humano más bajo en comparación a la de los hombres

Cromie (1987) encuentra en sus investigaciones, que tanto hombres como mujeres, tienen diversas motivaciones económicas y no económicas para crear empresas. Sin embargo, se encontró que las mujeres están menos interesadas en hacer dinero y, a menudo, eligen hacer empresa propia como resultado de la insatisfacción de su carrera. También, ven el espíritu empresarial como un medio para satisfacer simultáneamente las necesidades de su propia carrera profesional y las necesidades de sus hijos.

Kourilsky y Walstad (1998) realizaron otro estudio basándose en que las tendencias indicaban que las mujeres desempeñan un papel cada vez más importante en el desarrollo empresarial de la economía, se conocía muy poco acerca de lo que las mujeres jóvenes entienden sobre el espíritu empresarial. El estudio recogió datos de una muestra de 1000 personas, entre mujeres y hombres estudiantes de alto nivel escolar, e indagó sobre sus conocimientos y actitudes respecto al espíritu empresarial.

Los resultados sugirieron que existen muchas similitudes entre mujeres y hombres con respecto a sus conocimientos y opiniones acerca de la iniciativa empresarial. El autor concluye que tanto hombres como mujeres perciben que tienen carencias en sus capacidades empresariales, siendo las mujeres más conscientes de esta característica.

Un estudio compilado sobre el factor de riesgo en la mujer para generar procesos emprendedores está en Brindley (2005), que concluye que el riesgo empresarial tiene un bajo desarrollo conceptual y su aplicación en los aspectos específicos de género es difícil. Una de sus

principales conclusiones es que aunque la literatura no siempre demuestra una asociación entre las diferentes facetas del riesgo y el espíritu empresarial, sin embargo el autor encuentra que una sumatoria de factores endógenos y exógenos del proceso emprendedor, si afecta el riesgo de las mujeres a emprender.

Un estudio realizado por Naciones Unidas (2005) en el sur de Asia afirma que hay una cantidad de barreras que impiden a la mujer desarrollar su potencial emprendedor para hacer contribuciones significativas a la sociedad. El estudio encontró que las obligaciones familiares van en contra de la posibilidad de iniciar negocios. La responsabilidad de los hijos y de otros miembros de la familia impide que la mujer pueda destinar tiempo y energía a su propio negocio. Los roles tradicional y las actitudes machistas en muchos países en vía de desarrollo hacen muy difícil a la mujer liberarse de sus responsabilidades familiares. Además inhibe la confianza, independencia y movilidad de la mujer.

Otro estudio sobre las motivaciones del rol emprendedor, auspiciado por Ewing Marion Kauffman Foundation, aplicado a hombres y mujeres empleados en grandes compañías norteamericanas, concluye que los factores motivacionales de mayor relevancia para que las mujeres inicien una actividad emprendedora, obedecen a la atracción por la cultura emprendedora ; la necesidad de generar riqueza; el reconocimiento de un emprendedor cercano, familiar o amigo; y la motivación de trabajar para conseguir recursos propios y no como empleadas para otras personas. El mismo estudio concluye que los factores de mayor relevancia para considerar exitoso un proyecto emprendedor son la experiencia en la industria donde se

crea el proyecto emprendedor y las diversas fuentes de financiamiento para lograrlo. (Cohoon; Wadhwa y Mitchell, 2010)

Shabbir y Di Gregorio (1996) realizaron un estudio en Pakistan sobre los aspectos individuales de las mujeres empresarias, centrándose en sus percepciones y en la forma en que ellas definen sus metas, ventajas y obligaciones que enfrentan al empezar un negocio. Algunos de los hallazgos relevantes son que la intención de crear empresa está ligada a tres metas personales: *Libertad Personal, Seguridad y Satisfacción*. En el mismo estudio se demostró que los factores estructurales que influyen en la vinculación de la mujer en actividades emprendedoras son: (1) *recursos internos*, referentes a la cualificación cognitiva de la mujer y/o su experiencia profesional previa en el área afín del proyecto emprendedor; (2) *recursos externos*: los recursos financieros y la locación del negocio; y (3) *recursos relacionados*: referentes a aspectos como la familia, los empleados, proveedores y clientes.

Kolland y Parikh (2005) realizaron una investigación en la India sobre emprendimiento femenino en la que encontraron que las mujeres de clase media son menos propensas de cambiar su rol de empleadas a emprendedoras, por la reacción social que esto pueda ocasionar. En este mismo estudio se demostró que la motivación hacia el emprendimiento es más visible en las clases más altas de las ciudades urbanas.

Kirkwood (2007), por su parte, plantea que el núcleo familiar influye en el pensamiento emprendedor de las mujeres, y las impulsa a ser empresarias con mucha mayor facilidad. En este mismo estudio se determina que para las mujeres resulta relevante que sus padres apoyen el nacimiento y fortalecimiento del proyecto emprendedor fungiendo como tutores en el proceso.

El estudio de Carosio (2004) para explorar como son las mujeres emprendedoras venezolanas, afirma que las emprendedoras crean empresas para satisfacer sus necesidades personales y que para lograrlo deben estar convencidas de que la naturaleza del negocio esté acorde a sus deseos, actitudes, personalidad, conocimientos y potencialidades. El mismo estudio afirma que las responsabilidades del hogar adquiridas por naturaleza por las mujeres, le sirven para desarrollar competencias emprendedoras, ante todo en la administración inteligente de los recursos.

El estudio *Perfil de la Emprendedora en Chile* desarrollado en el 2009 por el Centro de Estudios Empresariales de la Mujer (CEEM), concluyó que la experiencia y el nivel educacional son factores relevantes en el emprendimiento femenino, encontrando que a mayor nivel educativo y mayor experiencia mejores ingresos económicos percibían las emprendedoras. Estas conclusiones se manifiestan en el mismo sentido en otro estudio sobre la actividad emprendedora en mujeres chilenas, desarrollado por el Global Entrepreneurship Monitor y la Universidad del Desarrollo durante el 2010-2011, siendo relevante también que a menores conocimientos en aspectos técnicos de un proyecto emprendedor, mayor incertidumbre y aversión al riesgo.

El Babson College, miembro fundador de Global Entrepreneurship Monitor, desarrolló en el 2010 un Reporte Global del Emprendimiento Femenino, con información recolectada en mujeres de 59 naciones. El estudio concluye que la brecha entre hombres y mujeres en actividad emprendedora es significativa, pero se muestra una participación activa de la mujer en el desarrollo de la economía mundial y la actividad emprendedora en franco crecimiento. El reporte concluye también que las sociedades o países donde las mujeres perciben que tienen mejores conocimientos y competencias emprendedoras se elevan los índices de participación de la mujer en actividades emprendedoras. Ser emprendedor es una buena opción de carrera para las mujeres, a nivel general en este estudio, y encuentran en esta decisión un buen estatus de vida. (Kelley, Brush, Greene y Litovsky, 2010)

En el 2010, la Universidad Javeriana de Cali en Colombia, empleando las bases de datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia (2007, 2008, 2009), analizó las percepciones de hombres y mujeres frente al *temor al fracaso, auto percepción de habilidades, percepción de oportunidades, conocimiento de otros empresarios, existencia de negocios similares y motivación para emprender*. Al respecto de estas actitudes, el análisis concluyó que las mujeres detectan con menor facilidad que los hombres, las oportunidades de negocio, siendo mucho más propensa a temer al fracaso, por lo cual enfrenta de una manera menos decidida el riesgo al iniciar un nuevo negocio. (Henríquez, Mosquera y Arias, 2010)

2.3 El Monitoreo Global de Emprendimiento / GEM

El Monitoreo Global de Emprendimiento o GEM por sus siglas en inglés ha sido catalogado por importantes centros de investigación mundial en emprendimiento como el proyecto internacional de investigación académica de mayor cobertura y extensión, presente en más de 80 economías a nivel mundial. Este estudio determina el grado de participación de los sujetos en actividades emprendedoras dentro de un país determinado, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento; Se focaliza en cuatro objetivos principales: (1) medir el nivel de actividad emprendedora en los distintos países participantes; (2) Identificar los factores determinantes de creación de nuevas empresas; (3) Formular políticas que puedan estimular la creación de nuevas empresas y (4) explorar el rol de la actividad emprendedora en la economía.

El GEM distingue tres tipos de economía, basados en el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial, en su metodología, : economías basadas en recursos, fundamentalmente en actividades extractivas; economías basadas en eficiencia, en las que prevalecen las economías de escala como el principal impulsor de la economía y, finalmente, las economías basadas en la innovación, donde prevalece el conocimiento aplicado a la resolución de problemáticas específicas con alto valor agregado en los productos y servicios desarrollados.

Las actitudes emprendedoras, la actividad emprendedora y las aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2009) son tres factores relevantes en la metodología del GEM. Las actitudes emprendedoras se entienden para éste estudio como el grado en que las personas perciben

que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio, el grado que asignan un reconocimiento significativo a los emprendedores, el nivel de riesgo que la persona esta dispuesta a tomar en una actividad emprendedora, o la percepción frente a las habilidades y conocimientos que deben tener las personas para iniciar una actividad emprendedora, entre otros.

En cuanto a la *actividad emprendedora* el GEM identifica diferentes tipos de actividades emprendedoras, según el sector industrial, según el tamaño del equipo del fundador; si se trata de un nuevo emprendimiento independiente de otros existentes, así como las características demográficas del emprendedor o emprendedora, tales como género, edad o educación.

Lo concerniente a las *aspiraciones emprendedoras* esta metodología analiza las aspiraciones de los emprendedores y las emprendedoras frente a la actividad emprendedora, como lo son el grado de innovación de sus procesos, productos o servicios; la capacidad de ingresar a nuevos mercados o la expectativa de generación de empleo.

Álvarez y Urbano en su artículo *Una década de investigación basada en el GEM, Logros y retos*, concluye, después de una categorización rigurosa sobre artículos relacionados con ésta metodología en revistas indexadas de alto nivel en el mundo, que el Reporte Global de Emprendimiento es un estudio cambiante, enfocado desde diversas áreas del conocimiento y con alto potencial de convertirse en insumo para desarrollar políticas públicas para el desarrollo humano, particularmente en el caso de América Latina, donde se encuentran índices significativos

de actividad emprendedora, pero con marcadas limitaciones en la calidad de su valor agregado (Amorós, 2011)

3. PREGUNTA PROBLEMA

¿Existe correlación entre la Actividad Emprendedora, el Perfil Emprendedor y las Actitudes Emprendedoras (GEM) en mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Correlacionar la Actividad Emprendedora, el Perfil Emprendedor y las Actitudes Emprendedoras (GEM) en mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga, estimando los factores que inciden en la probabilidad de que se involucren en actividades emprendedoras.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- i. Correlacionar la actividad emprendedora y las actitudes emprendedoras.
- ii. Correlacionar las actitudes emprendedoras.
 - oportunidad de crear empresa - conocimientos y habilidades para la creación de empresas - temor al fracaso empresarial, estatus de los empresarios- creación de empresas como elección de carrera - potencial emprendedor - cobertura de los medios de comunicación.
- iii. Correlacionar las actitudes emprendedoras, el perfil emprendedor y la actividad emprendedora.

5. DEFINICIÓN DE VARIABLES

5.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Actividad Emprendedora: Comportamiento de un individuo proclive a la creación de proyectos productivos, alternativas de autoempleo y creación de empresa. Según la Metodología GEM (Global Entrepreneurship Monitor), la cual acoge la presente investigación, la Actividad emprendedora se mide por el porcentaje de la población (entre 18 y 64 años) de un país que desarrolla una actividad emprendedora. Para esto suma el porcentaje de personas que se pueden clasificar en la etapa “Emprendedor Naciente” más el porcentaje de personas que se pueden clasificar en la etapa “Nuevo Emprendedor”. En la dimensión que se denomina el “Emprendedor Naciente”, se contabilizan las personas que han iniciado su actividad emprendedora, combinando de manera novedosa los recursos que consigue, y quienes afirman aún haber pagado salarios a sus empleados y/o a él mismo por un periodo no mayor a tres meses. Esta etapa es lo que pudiéramos llamar la etapa de nacimiento de la empresa o la etapa en la que el emprendedor convierte en realidad su concepto emprendedor. En la etapa que se denomina “Nuevo Emprendedor” o “Emprendedor en desarrollo”, identifica a aquellas personas que han estado en actividad emprendedora, pagando salarios durante un lapso de tiempo que va de los 3 a los 42 meses. Esta etapa es lo que pudiéramos llamar la etapa de despegue de la empresa” (Pereira 2012, en Global Entrepreneurship Monitor, Colombia 2011 - 2012)

Perfil emprendedor: Se define como la serie de elementos que caracterizan el <espíritu emprendedor> del individuo, entendido en sus dimensiones psicológicas, culturales y económicas, desde una perspectiva sistémica y evidentemente humanista (Pereira, 2007). Para este estudio, el perfil emprendedor, se acoge a características del modelo del Global Entrepreneurship Monitor, valorado como el más extenso estudio sobre emprendimiento a nivel global. Los elementos de análisis son: edad, nivel educativo, nivel de ingresos, entorno familiar y socioeconómico, antecedentes empresariales, redes de contacto, motivación para emprender, inversionistas informales, expectativas de generación de empleo, procesos de innovación e intensidad exportadora. (Global Entrepreneurship Monitor)

Actitudes emprendedoras : Se definen como “las percepciones, creencias y valores que las personas y la sociedad tienen sobre la actividad emprendedora. El grado en el cual se cree que pueden existir oportunidades buenas para empezar una empresa, el reconocimiento social que se le dé al emprendedor o emprendedora, la percepción y la actitud frente al riesgo que las personas tengan, la noción que se dispone de las competencias emprendedoras (habilidades, conocimientos y experiencias) para desarrollar una empresa, el conocer personas que han desarrollado empresas, el creer que existe la posibilidad de acceder a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad emprendedora, o el pensar que existe un ambiente general favorable hacia la actividad emprendedora, constituyen actitudes emprendedoras y afectan de una forma directa la orientación de las personas hacia el proceso de desarrollo de actividades emprendedoras” (Pereira, 2012). Las actitudes emprendedoras del presente estudio se acogen del modelo del Global Entrepreneurship Monitor, siendo las siguientes: oportunidad de crear

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

empresa, conocimientos y habilidades para la creación de empresas, temor al fracaso empresarial, estatus de los empresarios, creación de empresas como elección de carrera, potencial emprendedor, cobertura de los medios de comunicación.

5.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL

Las dos dimensiones de la tasa de actividad emprendedora se miden con escalas diferentes contenidas en los bloques 1 y 2 de la Encuesta a Población Adulta o Adult Population Survey de Global Entrepreneurship Monitor. En el mismo sentido se miden las once dimensiones del perfil emprendedor y las siete dimensiones contenidas en las actitudes emprendedoras, en los bloques del 1 al 8, según el mismo instrumento (APS).

VARIABLES	INDICADORES
Actividad Emprendedora	<p>Nivel de nueva actividad emprendedora: Porcentaje de mujeres entre 18 y 64 años que son emprendedoras nacientes o nuevos emprendedoras.</p> <p>Emprendedoras Nacientes Porcentaje de mujeres entre 18 y 64 años que están activamente comprometidas en el establecimiento de un negocio, del cual es propietaria o copropietaria, y que no ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo pago a las dueñas por más de 3 meses. (GEM,2012)</p> <p>Nuevas emprendedoras: Porcentaje de mujeres entre 18 y 64 años que son actualmente propietarias y/o administradoras de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo pago por un periodo de 3 a 42 meses. (GEM,2012)</p>
Perfil Emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> - Edad: Rangos de edad de las emprendedoras. - Nivel educativo: Niveles de primaria, bachillerato, pregrado, posgrado. - Nivel de ingresos: Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes - Entorno familiar: número de personas a cargo - Entorno socioeconómico: estrato socioeconómico - Antecedentes empresariales: Porcentaje de contactos de las emprendedoras que tienen experiencia empresarial. - Redes de contacto: Porcentaje de emprendedoras que recibieron asesorías o consejos en el momento de crear la empresa. - Motivación para emprender: Porcentaje de mujeres motivadas a crear empresa por oportunidad o por necesidad. - Expectativas de generación de empleo: Número de nuevos empleos proyectados a generar. - Innovación: Porcentaje de consumidores potenciales que consideran el producto como innovador - Intensidad exportadora: Grado de internacionalización de las empresas lideradas por mujeres <p style="text-align: right;">(GEM,2012)</p>
Actitudes emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> -Percepción de Oportunidades: Porcentaje de mujeres que identifican buenas oportunidades para empezar una empresa en Bucaramanga. -Percepción de Capacidades: Porcentaje de mujeres años que creen tener habilidades y los conocimientos requeridos para comenzar una empresa. -Temor al fracaso: Porcentaje de mujeres que con una oportunidad percibida dejarían de realizarla por temor a fracasar. -Emprendedores potenciales: Porcentaje de mujeres que no están involucradas en actividades emprendedoras y que intentarían comenzar una empresa en los próximos 3 años. -Creación de empresa como una Carrera: Porcentaje de mujeres quienes están de acuerdo con el enunciado de que la mayoría de personas en su país consideran la creación de empresa como una carrera deseable. - Estatus a la creación de empresa: Porcentaje de mujeres que están de acuerdo con el enunciado de que los emprendedores exitosos son reconocidos y tienen alto estatus. - Cobertura de los medios de comunicación: Porcentaje de mujeres que están de acuerdo con el enunciado de que con frecuencia los medios de comunicación realizan noticias sobre nuevas empresas y emprendedores exitosos. <p style="text-align: right;">(GEM,2012)</p>

6. CONTROL DE VARIABLES

6.1 Variables controladas por los sujetos

¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?
EDAD	Se escogieron mujeres adulta , entre los 18 y 64 años	Lazear (2003) y Fayolle (2004) consideran en los rasgos demográficos, sobresale la edad por su importancia en la toma de decisiones estratégicas para la explotación de oportunidades empresariales. Pizarro, Amorós, Guerra y Leguina, (2009) en el estudio <i>Perfil de la Emprendedora en Chile</i> , para el Centro de Estudios Empresariales de la Mujer, CEEM, determinaron que la edad media de la emprendedora es de 40 años. En este mismo estudio se puede apreciar que mujeres con edades entre 40 y 50 años de edad, tienden a involucrarse con mayor certeza en actividades emprendedoras. El Estudio CASEN determina que el 30% de las mujeres son emprendedoras y el rango de edad fluctúa entre los 45 y 55 años de edad (2006).
NIVEL EDUCATIVO	Se establecieron los niveles de educativos de primaria, secundaria, pregrado y posgrado	Los estudios del Global Entrepreneurship Monitor – Female (2010) concluyen que el nivel educativo en las mujeres es un factor determinante tanto para iniciar la actividad emprendedora como para calificar el grado de especialización de los proyectos emprendedores. El mismo estudio determinó que la percepción de las mujeres frente a la probabilidad de éxito en un proyecto emprendedor tiene estrecha relación con los conocimientos y habilidades de la emprendedora.

6.2 Variables no controladas

¿Qué?	¿Por qué?
ACTITUDES EMPRENDEDORAS	Las percepciones sobre los factores internos y externos que afectan la inserción de las mujeres en la actividad emprendedora depende de la condición propia de cada individuo, razón por la que el estudio de actitudes emprendedoras presenta grandes diferencias dependiendo de la edad, la cantidad de personas a cargo, el nivel educativo. (GEM, 2006)

7. HIPOTESIS

7.1 HIPOTESIS GENERAL

Existe correlación entre la Actividad Emprendedora, el Perfil Emprendedor y las Actitudes Emprendedoras en las mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga, siendo relevante para aumentar la probabilidad de que este grupo objetivo participe en actividades emprendedoras

7.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- i. Existe correlación entre la actividad emprendedora y las actitudes emprendedoras.
- ii. Existe correlación entre las actitudes emprendedoras.
- iii. Existe correlación entre el perfil emprendedor, las actitudes emprendedoras y la actividad emprendedora.

8. METODOLOGÍA

8.1 Tipo de investigación

El presente estudio La presente investigación es de tipo correlacional-predictivo Según Sampieri (2004), estos estudios pretenden evaluar la relación existente entre dos o más conceptos, variables o categorías, que se encuentran en un contexto particular, controlando intervenciones y analizando resultados en diferentes condiciones con el fin de establecer efectos predecibles que ofrecen elementos para el establecimiento de normas y controles.

Los estudios cuantitativos correlacionales- predictivo, parten de la medición individual de cada variable y posteriormente, miden y analizan la correlación entre ellas. Dicha correlación se expresa en la hipótesis sometida a prueba. En el presente proyecto investigativo, la hipótesis sometida a prueba consistió en que existe correlación entre la actividad emprendedora, el perfil emprendedor y las actitudes emprendedoras en mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga.

Para esto, se midieron cada una de las variables con sus respectivas escalas e indicadores y posteriormente, se correlacionaron los resultados obtenidos de la Actividad emprendedora con el perfil emprendedor y las actitudes emprendedoras, determinando las probabilidades de la participación en actividades emprendedoras de la mujer adulta radicada en la ciudad de Bucaramanga.

8.2 Población

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia, la ciudad de Bucaramanga, capital del departamento de Santander, tiene una población estimada en 525.119 habitantes (DANE, proyecciones 2011) representando un poco más del 1% de la población total del país, distribuida en **52,2% mujeres** y el 47,8% hombres. La tasa de desempleo en esta ciudad fue de 9.6%, por debajo del promedio nacional ubicado en el 10.8%. Por el contrario, la tasa de subempleo subjetivo es de 34.8%, por encima del promedio nacional ubicado en el 31.5%, lo cual indica la gran informalidad en el empleo de esta ciudad (DANE, 2011).

8.3 Sujetos

251 Mujeres adultas, entre 18 y 64 años, seleccionadas de manera aleatoria Mujeres adultas, entre 18 y 64 años, radicadas en la ciudad de Bucaramanga.

8.4 Instrumento

Se empleó para esta investigación la versión en español de la *Encuesta de Población Adulta* o *Adult Population Survey, APS*, (GERA, 2006), empleada por el Global Entrepreneurship Monitor en más de 40 estudios a nivel latinoamericano. En este instrumento se analizan las

escalas de estratificación de la *Actividad Emprendedora (GEM)*, señalando factores decisivos de dos etapas del proceso emprendedor: (1) “*Emprendedora potencial*”, que son mujeres que están en este estadio de desarrollo para involucrarse en una actividad emprendedora a futuro; (2) “*Emprendedora naciente*”, que son mujeres que están desarrollando el nacimiento de la empresa, es decir, que es la etapa en la que ellas convierten en realidad su proyecto productivo.

En la *APS* se analizan las escalas del *perfil emprendedor de las mujeres*, analizando las escalas, específicamente en los siguientes bloques de categoría: *Demográficos (7) y Educación (8)*. Con el mismo instrumento, se analizan las escalas de las *actitudes emprendedoras*, específicamente frente a: la *oportunidad de crear empresa, los conocimientos y habilidades necesarias para lograrlo, el temor al fracaso empresarial, estatus del “ser empresario”, la creación de empresa como elección de carrera de vida, el potencial emprendedor y la cobertura de los medios de comunicación a procesos emprendedores de la mujer en la región*; aplicando las escalas de calificación del *Encuesta de Población Adulta*, estimadas en los bloques por categoría 4, 5 y 6.

8.5 Procedimiento

La investigación se llevó a cabo siguiendo una serie de fases que implican:

FASE I: *Revisión del estado del arte.*

Se realizó una revisión de la bibliografía pertinente a la investigación, a partir de la cual se definieron las unidades de análisis. Seguidamente, se realizó la caracterización de la población a

estudiar y la definición de la muestra a intervenir. A partir de la información consultada, se inició la elaboración del marco teórico.

FASE II. *Recolección de Datos:*

Durante el primer semestre del 2012, el autor de esta investigación como miembro activo del Equipo GEM Colombia – capítulo Bucaramanga, solicitó autorización del Presidente de la Junta Directiva de una entidad auspiciadora del estudio en esta ciudad, para acompañar el proceso de aplicación de las escalas *APS*, realizado operativamente por el Centro Nacional de Consultoría (CNS) y acceder a la base de datos final. El contacto efectuado por el CNS se realizó mediante el sistema CATI (*Computer Aided Telephone Interview*). El proceso se realizó entre Junio y Agosto del 2011 y se aplicó el instrumento a una muestra de 251 mujeres adultas, entre 18 y 64 años, radicadas en la ciudad de Bucaramanga, donde se estima que existen 529.309 mujeres según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE. Finalizado el proceso se obtuvieron las bases de datos de la aplicación de la APS (Adult Population Survey) y se procedió al análisis de los datos.

FASE III. *Tabulación y Análisis de Resultados.*

Una vez obtenida la información, se procedió a su análisis mediante la aplicación del SPSS/PC + versión 13.0 para Windows, que facilitó la correlación de las variables. Se

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

analizaron los datos de la Tasa de Actividad Emprendedora; el Perfil Emprendedor y las Actitudes Emprendedoras para la muestra de mujeres adultas radicadas en Bucaramanga (GEM

Colombia - capítulo Bucaramanga), contenidos en los 8 bloques del instrumento base (Adult Population Survey / GEM-GERA).

FASE IV. *Elaboración de Informe.*

A partir de los resultados analizados en la investigación se procedió a la elaboración del informe final, para entrega al comité evaluador.

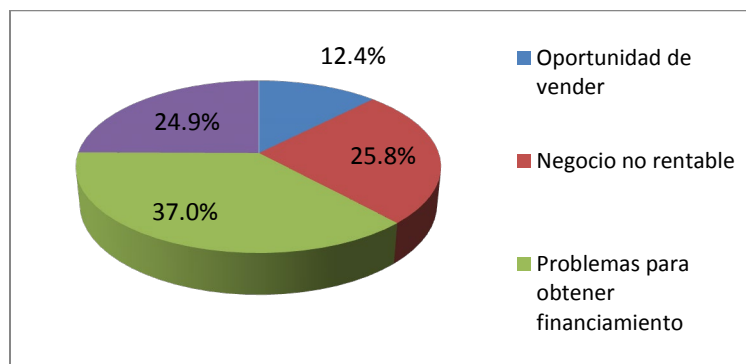
9. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentará el análisis de los resultados de cada uno de los objetivos específicos sobre la correlación de la Actividad Emprendedora, el Perfil Emprendedor y las Actitudes Emprendedoras, respectivamente

9.1 Actividad emprendedora

En Bucaramanga se observa que la tasa de nueva actividad emprendedora (TEA) de las mujeres es de 17.4%. La TEA está compuesta en su mayoría por empresarias nacientes, con una tasa de 13.6%. La tasa de nuevas empresarias es de solo 3.8%. Por otra parte la tasa de empresarias establecidas, es decir de aquellas mujeres que han logrado mantener su negocio en el mercado por un tiempo superior a 42 meses, es del 4.5%. Ratificando que la experiencia es un factor clave para el sostenimiento de emprendimientos femeninos y en los que pertenecen a mujeres jóvenes tienden a desaparecer en el largo plazo (Kelley, Brush, Greene y Litovsky, 2010)

Figura 1. Razones de salidas empresariales, mujeres.



La tasa de empresarias discontinuas (aquellas que han dejado la empresa) es de 1.9%. Las principales razones que motivaron la salida de las empresarias son un negocio no rentable (25.8%) y problemas para obtener financiamiento (37.0%).

Esto refuerza la idea de que las mujeres involucradas en actividades emprendedoras, requieren soporte institucional por parte de entidades gubernamentales que fomenten el sostenimiento en sus negocios, y que además éstas puedan emprender en negocios que sean rentables. (Vaillant, Lafuente y Gómez, 2009)

9.2 Perfil de la emprendedora

a) Edad

Al analizar la edad de las bumanguesas involucradas en actividades emprendedoras se encuentra que la TEA está compuesta en su gran mayoría por jóvenes⁵, siendo el rango de 25-34 años el de mayor proporción (35.7%). La edad de las nuevas empresarias muestra forma de U invertida, alcanzando su pico en el rango mencionado anteriormente. En cuanto a las empresarias establecidas se destaca que no hubo jóvenes con empresas de más de 3.5 años. Sin embargo se espera que se revierta esta situación en los próximos años dado el gran número de mujeres jóvenes involucradas en la creación de empresas (TEA).

⁵ De acuerdo a la metodología GEM existen dos rangos de jóvenes, de 18-26 años y de 27 a 35 años.

Tabla 1. Tasa de Actividad Emprendedora, (TEA) y empresarias establecida, E.E, según rango de edades

Edad	Mujeres	
	TEA	E.E
18-24	28.6	0.0
25-34	35.7	0.0
35-44	21.4	25.0
45-54	14.3	50.0
55-64	0.0	25.0

b) Nivel educativo

Con relación al nivel educativo de las emprendedoras de Bucaramanga hay algunos aspectos positivos y negativos a destacar. En primera instancia, se destaca que todas tienen algún grado de educación. Sin embargo, el 66.7% de las empresarias establecidas tiene estudios secundarios completos y 33.3% tiene estudios de pregrado completo.

Tabla 2. TEA y empresarias establecidas según nivel educativo.

Nivel educativo	Mujeres	
	TEA	E.E
Sin educación	0.0	0.0
Primaria incompleta	6.7	0.0
Primaria completa	6.7	0.0
Secundaria incompleta	6.7	0.0
Secundaria completa	26.7	66.7
Técnica incompleta	0.0	0.0
Técnica completa	13.3	0.0
Pregrado incompleto	13.3	0.0
Pregrado completo	26.7	33.3
Posgrado	0.0	0.0

c) Nivel de ingresos

Al analizar el nivel de ingresos que obtienen las emprendedoras se encuentra como un hecho positivo que ninguna de ellas obtiene menos de un salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) como ingreso de sus negocios. La mayoría de las nuevas empresarias reciben de 2 a 3 (33.3%) y de 3 a 4 salarios mínimos (25.0%), lo que llevaría a pensar que los negocios de las mujeres con la ayuda adecuada pueden ser rentables. Las empresarias establecidas, por su parte, reciben mejores ingresos, sin embargo hay un porcentaje significativo que recibe entre 1 y 2 SMMLV.

Tabla 3. TEA y empresarias establecidas según nivel de ingresos

Nivel de ingresos (SMMLV)	TEA	E.E.
Menos de 1	0.0	0.0
Entre 1 y 2	16.7	33.3
De 2 a 3	33.3	0.0
De 3 a 4	25.0	33.3
De 4 a 5	16.7	0.0
Más de 5	8.3	33.3

d) Entorno familiar y estrato socioeconómico

Una variable que vale la pena observar también es el número de personas que tienen a cargo las emprendedoras de Bucaramanga. El análisis que se obtiene de las proporciones siguientes es que en la actualidad el grueso de las nuevas empresarias tiene a cargo de 3 a 4 personas (incluyéndose ellas mismas) y las empresarias establecidas tienen en su mayoría menos de 3.

Tabla 4. Personas a cargo.

Personas a cargo	Mujeres	
	TEA	E.E
1	0.0	25
2	7.7	25
3	30.8	25
4	30.8	0
5	15.4	25
6	15.4	0
7	0.0	0.0

En cuanto al estrato socioeconómico al que pertenecen las empresarias bumanguesas, cabe resaltar que 35.7% de las mujeres involucradas en la TEA pertenecen al estrato 2, siendo ésta la mayor proporción; esto muestra que las personas pertenecientes a estos estratos tienen un alto potencial para involucrarse en actividades emprendedoras, además de que debe tenerse en cuenta que la mayoría de la población bumanguesa se encuentra en los estratos 1, 2 y 3. (Plan de desarrollo 2012-2015. Bucaramanga Sostenible. Municipio de Bucaramanga)

En cuanto a las empresarias establecidas, se observa que gran parte de éstas se encuentran entre el estrato 4 y 6, lo que podría indicar una mejoría en los ingresos y la posición socioeconómica a raíz de sus negocios.

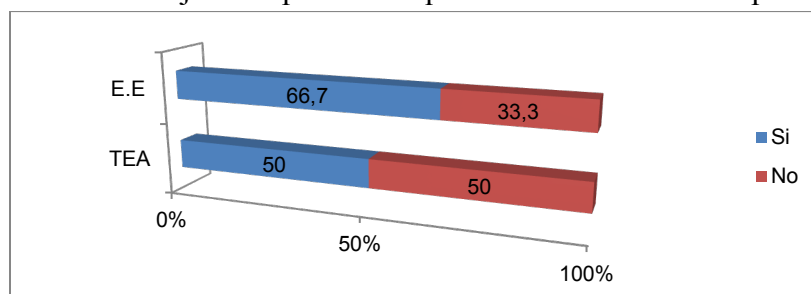
Tabla 5. Estrato socioeconómico

Estrato	Mujeres	
	TEA	E.E
1	7.1	0.0
2	35.7	25.0
3	28.6	0.0
4	28.6	25
5	0.0	25
6	0.0	25

e) Antecedentes empresariales

Otro aspecto de importancia en el estudio de la actividad emprendedora es medir los antecedentes empresariales de las emprendedoras, es decir, si personas cercanas a éstas han puesto en marcha una empresa durante los dos últimos años. Se muestra que este indicador es significativamente favorable en las mujeres de la ciudad y que las empresarias establecidas (66.7%) tienen mayores antecedentes que las nuevas (50%).

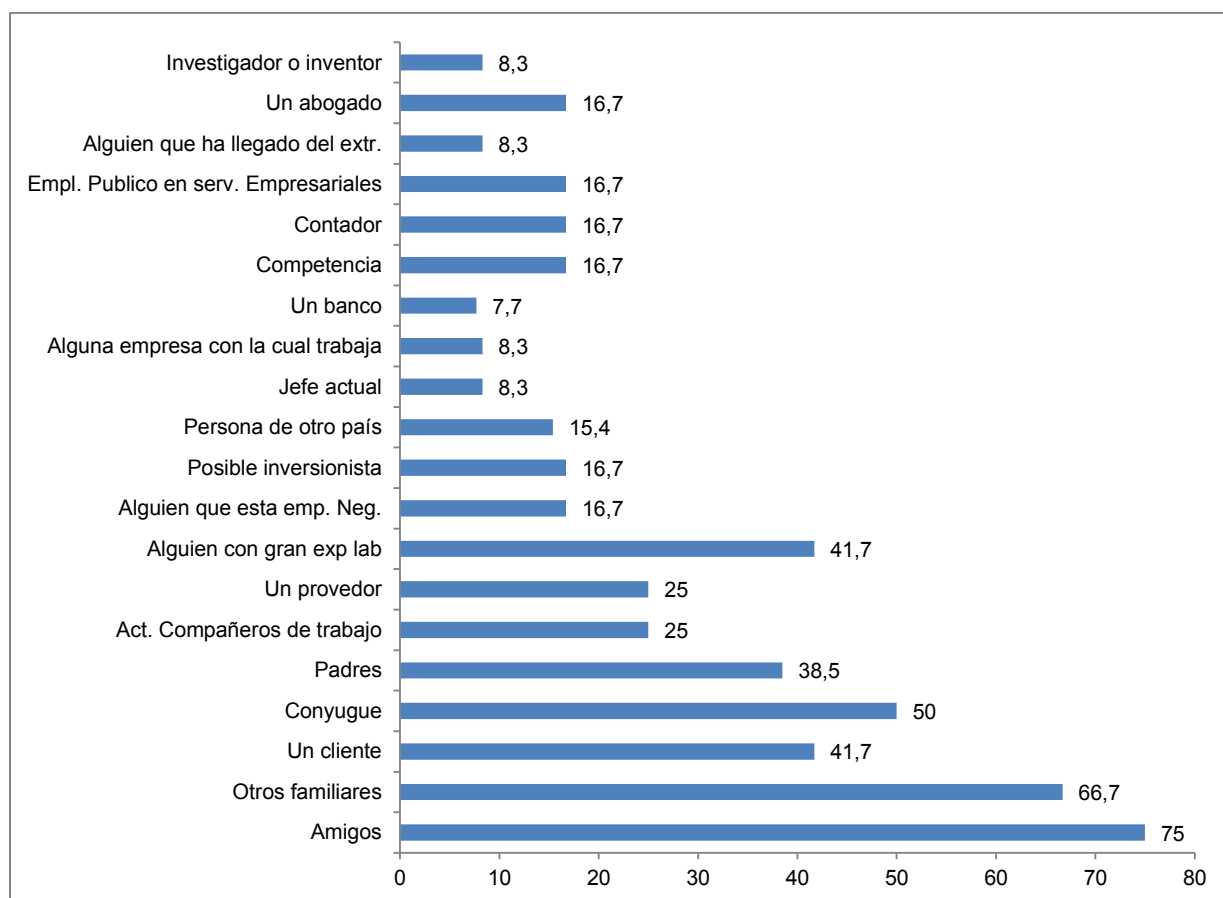
Figura 2. Porcentaje de la población que tiene antecedentes empresariales



f) Redes de contacto

Con el paso del tiempo las redes de información, recursos financieros, asesorías entre otros, constituyen un valioso insumo para los empresarios. Con respecto a esta variable, la mayor parte de las empresarias pertenecientes a la TEA afirman haber recibido asesorías o consejos a la hora de crear una empresa principalmente de amigos (75.0%), otros familiares (66.7%) y cónyuges (50%), pero los servicios de personas extrañas son mucho menos usados. Lo que puede demostrar por una parte que la cultura emprendedora de las mujeres es débil en el sentido que son adversas al riesgo y por ende prefieren acudir a personas cercanas.

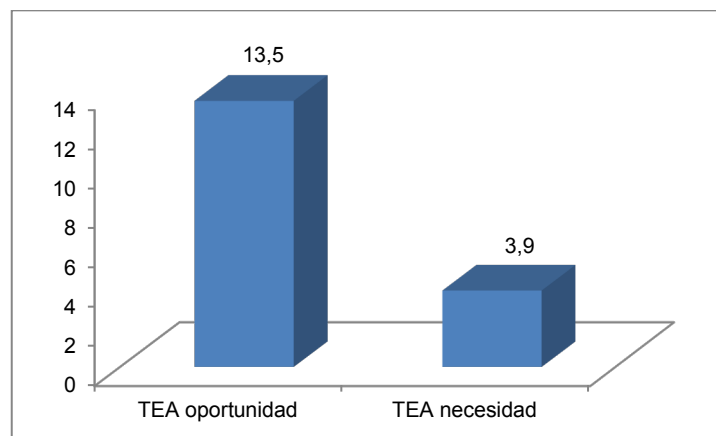
Figura 3. Participación en redes de las mujeres involucradas en la TEA (%).



9.3 Aspiraciones de la emprendedora

- a) **Motivación para emprender:** Respecto a la motivación para crear una empresa, esta puede obedecer a una oportunidad de negocio o a una necesidad. La primera se refiere a un emprendimiento fundado en una idea de negocio rentable y la segunda a que es la única opción para generar algún ingreso.

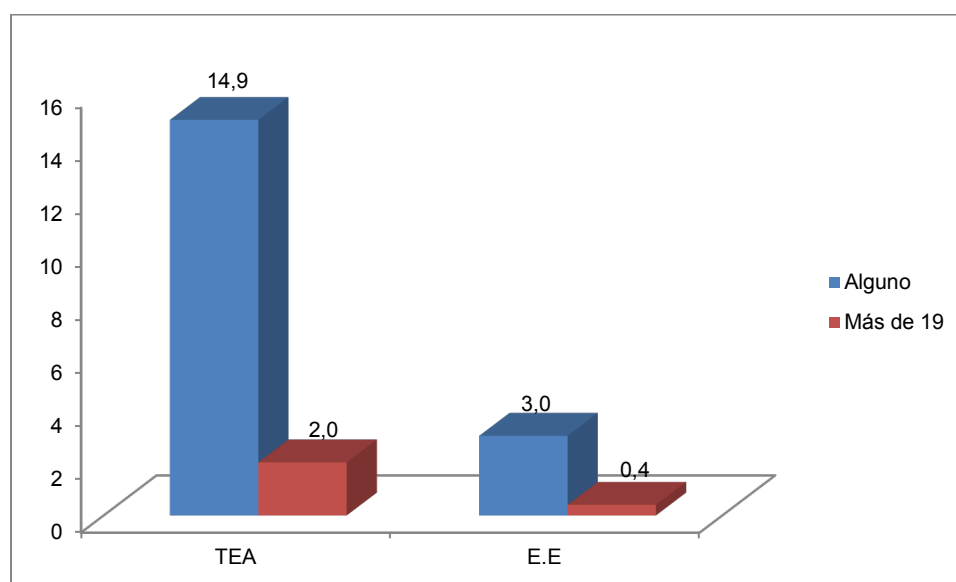
Figura 4. Motivaciones para crear empresas.



La evidencia empírica ha demostrado que las empresas creadas por iniciativas de una oportunidad de negocio, tienen mayores posibilidades de adquirir capital social y humano (Block y Wagner, 2010). Esto se debe a que en su mayoría están conformadas por personas más educadas y preparadas para crear y administrar una empresa. En la figura anterior se observa que la mayoría de las mujeres emprenden por una buena oportunidad de negocio (13.5%), sólo 3.9% lo hacen por una necesidad.

b) Expectativas de generación de empleo: Con relación a las expectativas de expansión de la demanda laboral, se encuentra que solo 14.9% de las nuevas empresarias y el 3.0% de las establecidas esperan generar algún empleo ahora o en los próximos 5 años. Se muestra también que el 2% de las nuevas empresarias y 0.4% de las establecidas espera generar más de 19 empleos en el mismo periodo de tiempo. Estos porcentajes son bastante preocupantes debido a que las expectativas de crecimiento de las empresarias son considerablemente bajas.

Figura 5. Expectativas de generación de empleo.



Anteriormente se evidenció que una de las principales razones para que una empresaria abandone su empresa es la relacionada con la financiación. En este sentido, el bajo potencial de creación de empresas puede estar relacionado con este problema. De acuerdo a Coleman y

Carsky (1996^a, 1996b) el tamaño de las empresas esta positivamente relacionado con la financiación externa, es decir a mayor tamaño mayor financiación y a menor tamaño menor financiación.

c) Procesos de innovación: Al analizar los procesos de innovación se encuentra que los productos ofrecidos por las emprendedoras de la ciudad no poseen buenos indicadores de innovación. Se ha demostrado el valor de la innovación al tiempo de iniciar un nuevo negocio y el papel decisivo que ésta tiene en el desarrollo de las empresas y de las economías. (Schumpeter, 1934; Robbins & Judge, 2009)

Tabla 6. Porcentaje de consumidores potenciales que consideran el producto como innovador

Empresas	Clientes	Mujeres
Nuevas Empresas	Todos	36.1
	Algunos	50.5
	Ninguno	13.4
Empresarias Establecidas	Todos	8.1
	Algunos	58.1
	Ninguno	33.8

Estos resultados muestran que los productos ofrecidos por las nuevas emprendedoras son relativamente poco innovadores, siendo solo el 13.4% de las mujeres que considera que ninguno de sus consumidores potenciales considera el producto como desconocido. Teniendo en cuenta los empresarias establecidas, la relación es invertida.

Tomando en cuenta el grado de competencia entre las empresas se observa que los procesos de innovación de las mujeres empresarias son bastante inferiores. En cuanto a las nuevas empresas, el 2.3% de las mujeres encuestadas considera que no existe otra empresa que ofrezca el mismo producto. En el escenario de las empresas establecidas todas (100%) las mujeres encuestadas piensan que muchas empresas ofrecen el mismo producto.

Tabla 7. Porcentaje de empresas que ofrecen el mismo producto

Empresas	Empresas	Mujeres
Nuevas Empresas	Muchas	54.1
	Pocas	43.7
	Ninguna	2.3
Empresarias Establecidas	Muchas	100.0
	Pocas	0.0
	Ninguna	0.0

- d) Intensidad exportadora:** Al analizar el grado de internacionalización de las empresas lideradas por mujeres en la ciudad se encuentra que la vocación exportadora es bastante baja, debido a que 55.2% de las nuevas empresarias y 58.4% de las establecidas no exporta. Lo cual constituye una desventaja para la ciudad, dado el nivel de globalización y con la entrada en vigencia del Estudio de Libre Comercio con Estados Unidos, países europeos y asiáticos.

Tabla 8. Porcentaje de clientes que viven fuera.

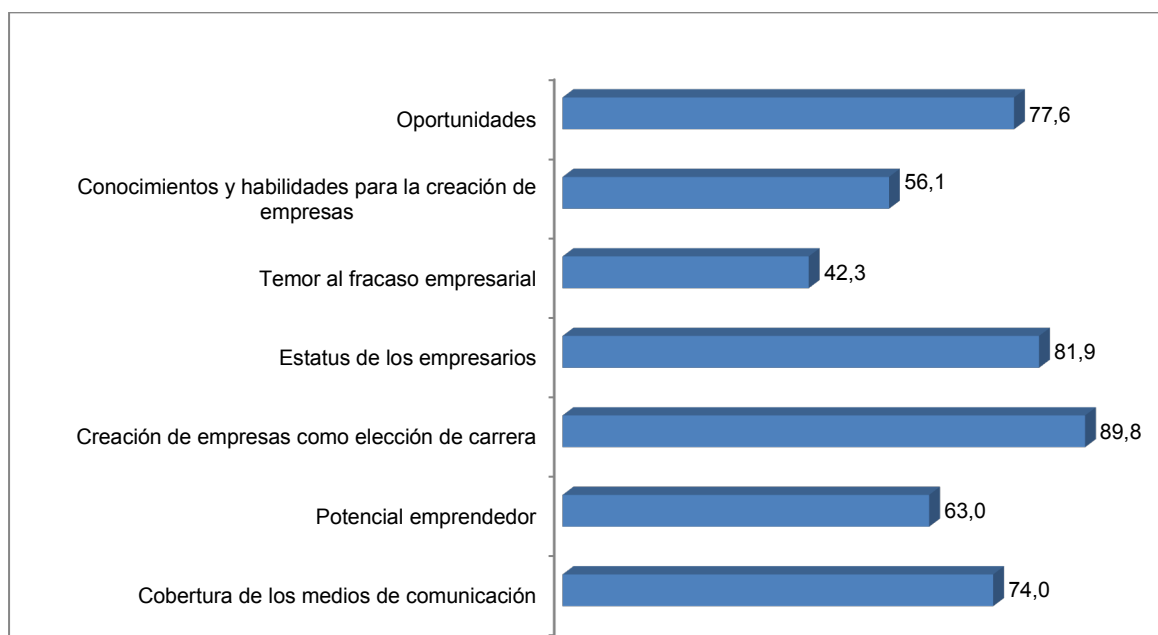
	TEA	E.E
Más del 75%	5.0	0.0
25%-75%	7.1	8.5
Menos del 25%	32.6	33.1
No exporta	55.2	58.4

9.4 Actitudes emprendedoras

La teoría institucional afirma que existen factores formales e informales que pueden condicionar la actividad emprendedora. En esta sección se describen los informales. Estos factores representan las actitudes, basadas en percepciones, convicciones y creencias de los individuos a cerca de dicha actividad (Shapero y Sokol 1982; Krueger 1993; Krueger y Brazeal 1994).

En este sentido, a continuación se hace un análisis descriptivo de las actitudes de las mujeres bumanguesas en torno a la actividad emprendedora: percepción de oportunidad de crear empresa, las habilidades y conocimientos necesarios para crear empresa, el temor al fracaso empresarial, el estatus de ser empresario, la creación de empresas como elección de carrera, el potencial emprendedor y la cobertura de los medios de comunicación al proceso emprendedor.

Figura 6. Actitudes de las mujeres frente a la creación de empresas.



a) Oportunidad de crear empresa

En primera instancia, se muestra que el 77.6% de las bumanguesas considera que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses, el cual es un porcentaje muy favorable. Estas percepciones pueden estar relacionadas con la coyuntura económica de la ciudad. Por ejemplo la tasa de desempleo de Bucaramanga para 2011 fue de 9.6%, mientras que a nivel nacional fue de 10.8% (DANE, 2011).

b) Conocimientos y habilidades para crear empresa

Con relación a la percepción de conocimientos y habilidades para crear empresa es importante señalar que en la medida que los individuos consideren tener las habilidades y conocimientos, la proporción de nueva actividad emprendedora se podría ver incentivada (Arenius y Minnitti, 2005). Teniendo en cuenta esto, se denota que solo el 56.1% de las mujeres reconoce tener el conocimiento y habilidades necesarias para crear una empresa.

c) Temor al fracaso empresarial

Teniendo en cuenta el temor al fracaso empresarial se muestra que el 42.3% de las emprendedoras reconoce que el fracaso empresarial es un factor determinante en la decisión de involucrarse en actividades emprendedoras. Así es reconocido que la percepción de riesgo incide directamente en los niveles de creación de empresas (Petrarkis, 2005; Vaillant y Lafuente, 2007). Esto se muestra como un resultado del menor conocimiento de modelos referentes o de las menores posibilidades que tienen las mujeres de involucrarse en este tipo de actividades.

Esta alta percepción de miedo al fracaso está altamente relacionada con las bajas percepciones de capacidades de las mujeres de la ciudad. Según Schultz (1980) la educación se influye significativamente en la creación de actividad emprendedora, por lo tanto en la medida que las mujeres tengan mayor educación sobre la actividad emprendedora se espera que se reduzca el miedo al fracaso y aumente su participación en actividades emprendedoras.

d) El emprendimiento como elección de carrera y estatus social

Por otra parte, el 81.9% de las mujeres considera que al convertirse en empresaria se adquiere respeto y estatus social y el 89.8% considera que la creación de empresas puede ser una elección de carrera válida. Estas altas tasas están relacionadas en gran medida con los niveles de desarrollo de las economías. Las percepciones positivas sobre las actividades emprendedoras relacionadas con la aceptación del empresario y los modelos de referencia, tienen un gran impacto sobre la creación de empresas (Krueger et. al. 2000, Vaillant y Lafuente 2007).

e) Potencial emprendedor

Otro hecho a destacar es que el 63.0% de las mujeres espera poner en marcha una empresa en los próximos 3 años. Lo que muestra que existe potencial para explotar en las bumanguesas, hecho que debe ser atendido por programas y políticas de fomento del emprendimiento femenino. Esta regular disposición a involucrarse en el mundo empresarial está relacionado con muchos factores como lo son: el importante papel en el manejo del hogar, que las lleva a valorar en mayor medida su tiempo; las menores capacidades y habilidades que creen tener; los factores del entorno en el que se mueven que está determinado en un importante grado por los factores institucionales.

f) Cobertura de los medios de comunicación

Otro resultado interesante es que la cobertura y atención que le dan los medios de comunicación a las nuevas empresarias, empresarias establecidas y empresarias exitosas, juega un papel de significativa relevancia para incentivar a las mujeres a involucrarse en el ambiente

emprendedor, esto se debe a que el 74.0% de las encuestadas así lo considera. Este indicador es de gran importancia para incentivar el emprendimiento femenino debido a que por el mismo hecho de que las mujeres se ven discriminadas en el ambiente de negocios, éstas necesitan ver lo que otras están logrando y los modelos que pueden seguir, esto implica que en la medida en que las mujeres tengan más y mejores modelos de referencia su inclinación hacia la creación de empresas será mayor (Wood y Bandura, 1989).

9.5 Correlación de actitudes emprendedoras

Tabla 9. Correlación entre actitudes emprendedoras

Correlaciones	TEA11FEM	Potencial emprendedor	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades	Miedo al fracaso	Creación de empresas como elección de carrera	Estatus social	Cobertura de los medios de comunicación	Conocer a alguien involucrado en una actividad emprendedora
TEA11FEM	1.000								
Potencial emprendedor	0.0456	1.000							
Percepción de oportunidades	0.0600	0.1692	1.000						
Conocimiento s y habilidades	0.2574	0.2978	0.2025	1.000					
Miedo al fracaso	-0.1364	-0.1068	-0.1368	-0.0811	1.000				
Creación de empresas como elección de carrera	-0.0590	0.0781	0.0121	-0.0171	0.0492	1.000			
Estatus social	-0.0879	0.0920	0.1300	0.0224	0.0255	-0.0275	1.000		
Cobertura de los medios de comunicación	-0.0169	-0.0018	0.1577	0.0474	0.0576	0.0604	0.2241	1.000	
Conocer a alguien involucrado en una actividad emprendedora	0.2227	0.0867	0.1198	0.1283	0.0511	-0.0570	-0.0341	0.0526	1.000

De acuerdo a la tabla anterior, se encuentra que entre las variables de actitudes no existen correlaciones muy altas. Así, las variables que presentan la más alta interdependencia son el *potencial emprendedor* y la *percepción de conocimientos y habilidades*. Se observa que la relación existente entre estos dos indicadores es positiva, es probable que la dirección de causalidad se deba a que a medida que las mujeres perciban que tienen las habilidades y conocimientos para crear una empresa, mayor va a ser la tendencia a ponerla en marcha en los próximos tres años. Esto responde a el comportamiento emprendedor está muy relacionado con la confianza en las propias habilidades (Harper, 1998; Baron, 2000). De acuerdo con Arenius y

Minniti (2005) aquellos individuos que perciben que tienen las habilidades necesarias tienen mayores probabilidades de convertirse en emprendedores.

La cobertura de los medios de comunicación tiene una relación positiva con el *estatus de los empresariasy con la percepción de oportunidades*. Lo cual responde a que en la medida que las mujeres conozcan de casos de emprendedoras exitosas, sus percepciones acerca del emprendimiento mejorarán ya que los modelos de conducta juegan un papel importante sobre la autoconfianza de los individuos (Aldrich, 1999; Baron, 2000; Minniti, 2004).

Un resultando de gran relevancia es la relación positiva existente entre la actitud frente a *las oportunidades de crear empresa y el potencial emprendedor*, lo cual está de acuerdo con lo esperado, ya que algunos estudios a nivel internacional han demostrado que la *percepción de oportunidades* es la característica más distintiva y fundamental del comportamiento emprendedor (Kirzner, 1973, 1979) y además está positiva y significativamente relacionado con ser un *emprendedor naciente* (Arenius y Minniti, 2005). En este aspecto, la tarea principal es del Estado en la medida que garantice que en la economía existen las condiciones necesarias para que las mujeres de la ciudad perciban que se puede crear negocios rentables.

El *miedo al fracaso*, por su parte, está relacionado *negativamente* con las variables de *potencial emprendedor, percepción de oportunidades y percepción de conocimientos y habilidades*. Lo cual puede deberse a que a medida que las mujeres teman al fracaso, se afecta la posibilidad de versen involucradas con actividades emprendedoras.

Según Arenius y Minniti (2005) esta variable tiene un impacto negativo y significativo sobre ser un emprendedor. Al mismo tiempo que Weber y Milliman (1997) sugieren que una alta percepción de la probabilidad de fracaso disminuye los incentivos empresariales a través de un aumento del grado de riesgo percibido de iniciar un negocio.

En cuanto a la correlación de la *Actividad emprendedora* de las mujeres bumanguesas adoptadas en el estudio y las *variables de actitudes emprendedoras*, se encuentra que es muy baja, teniendo en cuenta que el máximo es 1; la mayor relación se encontró en los conocimientos y habilidades (0.2574) y en conocer a alguien involucrado en una actividad emprendedora (0.2227). Dichas variables coinciden ser las únicas que tienen un efecto significativo en la probabilidad de emprender, como se expone en el siguiente apartado.

9.6 Predicción - *Modelo Logit*

Este es un modelo de regresión que permite estimar la probabilidad de que suceda un evento e identificar y medir la importancia de los principales factores que más afectan dicha probabilidad, o de forma análoga se estima la probabilidad que un individuo pertenezca a uno o a otro grupo, y las variables más relevantes que determinan las diferencias entre éstos. De tal manera que proporciona las herramientas necesarias para clasificar en orden de importancia estos determinantes.

Para obtener las estimaciones existen algunos métodos muy utilizados como el Modelo de Probabilidad Lineal y los Modelos Logit (siendo éste el que se utilizará en la presente investigación). Donde el primero presenta dos importantes desventajas sobre los otros, debido a que asume que existe una relación estrictamente lineal entre la variable endógena y las explicativas, además de que la variable endógena puede obtener valores por fuera del rango de probabilidades. Es por esto que surge la necesidad de utilizar los otros modelos, que solucionan los anteriores problemas, en el caso del *modelo Logit* se asume que la relación entre las variables es descrita por una función logística.

Existen diferentes tipos de este modelo (dicotómico, respuesta múltiple, multinomial, etc.) que dependen de los valores que puede presentar la variable endógena. Para el presente informe solo interesa el *modelo logit dicotómico*, donde la variable dependiente es binaria e identifica la

pertenencia a una de dos categorías: 0 en el caso en que no se pertenece al grupo de interés y 1 en caso de que sí.

Específicamente para el caso de este informe, se escoge estimar la probabilidad de que una mujer se involucre en actividades emprendedoras a través de un *modelo logit*, debido principalmente a que la relación entre las variables explicativas (edad, educación, miedo al fracaso, percepción de oportunidades, etc.) no afectan en el mismo grado esta probabilidad, es decir, podría ser que, por ejemplo, a nivel más alto de educación la probabilidad de emprender sea mayor que cuando se es poco educado.

Estimación Econométrica

El principal objetivo de la aproximación empírica de este trabajo es determinar los principales factores que influyen en la probabilidad de que una mujer de la ciudad de Bucaramanga se convierta en emprendedora. Así, el modelo a estimar es el siguiente:

$$tea11fem = \beta_0 + \beta_1 age + \beta_2 age^2 + \beta_3 knowmen + \beta_4 opport + \beta_5 suskil + \beta_6 frfail + \beta_7 cohinc + \beta_8 coreduc$$

Donde, la variable endógena *tea11fem* toma el valor de 1 si la mujer se encuentra involucrada en alguna actividad emprendedora y 0 si no lo está. Las variables independiente son: *known*, si conoce a alguien que en los últimos 6 meses haya estado involucrado en algún emprendimiento; *opport*, si vislumbra alguna oportunidad de negocios en los próximos seis

meses; *suskill*, la percepción sobre sus capacidades y habilidades para llevar a cabo un emprendimiento; *frfail*, miedo al fracaso; *age*, la edad en número de años; *age*², la edad al cuadrado; *cohinc*, representa las diferentes categorías de nivel de ingreso; *coreduc*, las categorías de niveles de educación alcanzados por las mujeres de la ciudad.

Teniendo en cuenta todo lo estudiado a lo largo de este informe, se espera que las variables *known*, *opport* y *suskill* afecten positivamente a la variable dependiente porque a medida en que se relacionan más con casos exitosos de emprendimiento, perciben buenas oportunidades y poseen autoconfianza en sus propias capacidades y habilidades para crear un negocio aumentan la probabilidad de las mujeres de Bucaramanga de convertirse en emprendedoras (Shapero y Sokol, 1982; Krueger, 1993; Burke et. al., 2002; Noguera, 2009). Mientras que *frfail* la afecta negativamente debido a que cuánta más alta es la aversión al fracaso menor es la probabilidad de que la mujer cree un empresa (Van Praag y Cramer, 2001; Driga, Lafuente y Vaillant, 2008).

Además, se espera que el nivel de ingreso tenga un efecto positivo, debido a que a mayor disponibilidad de capital financiero con el que cuente la mujer, su probabilidad de crear una empresa será mayor (Gartner, 1985; Roomi, et. al., 2009; Noguera, 2009). Por último se espera que la *coreduc* tenga un efecto positivo, ya que cuanto más alto es el nivel de educación de la mujer, más alta es la probabilidad de crear empresas (Daeren, 2000; Rosti y Chelli, 2009).

Antes de analizar los resultados del modelo mencionado anteriormente, es preponderante mencionar que al realizar la prueba Pearson (Hosmer-Lemeshow), muestra que el modelo está

bien especificado, ya que el *pvalue* o *p-valor*, asociado con el estadístico chi-cuadrado mayor que el nivel de significancia (0,05) no se rechaza la hipótesis nula del ajuste correcto del modelo estimado tal como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 10. Prueba Pearson
Logistic model for TEA11FEM, goodness-of-fit test

number of observations	173
number of covariate patterns	170
Pearson chi2(150)	128.63
Prob > chi2	0.8959

A continuación se puede observar los resultados del modelo logit:

Tabla 11. Modelo Logit con variable independiente TEA11FEM

Marginal effects after logit
y = Pr(TEA11FEM) (predict)
= .06374877

variable	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% C.I.]	x
age	.0205934	.01075	1.92	0.055	-.000479	.041666	38.0173	
age2	-.0003161	.00015	-2.15	0.032	-.000605	-.000028	1598.04	
KNOWEN11*	.1320522	.06498	2.03	0.042	.004686	.259418	.277457	
OPPORT11*	-.0461451	.05964	-0.77	0.439	-.163033	.070743	.786127	
SUSKIL11*	.1349766	.05378	2.51	0.012	.029579	.240374	.537572	
FRFAIL11*	-.0445048	.03351	-1.33	0.184	-.110188	.021178	.404624	
cohhin~2*	-.0503225	.07551	-0.67	0.505	-.19832	.097675	.381503	
cohhin~3*	.0907043	.14574	0.62	0.534	-.194944	.376353	.208092	
cohhin~4*	.0211777	.10151	0.21	0.835	-.177781	.220137	.16763	
cohhin~5*	.0817156	.17929	0.46	0.649	-.269683	.433114	.086705	
cohhin~6*	.0180437	.1142	0.16	0.874	-.205791	.241878	.075145	
coredu~3*	.0004525	.12246	0.00	0.997	-.239558	.240463	.075145	
coredu~4*	-.0351247	.07359	-0.48	0.633	-.179355	.109105	.156069	
coredu~5*	.0212756	.10749	0.20	0.843	-.189396	.231947	.265896	
coredu~6*	.0022954	.1251	0.02	0.985	-.242901	.247492	.023121	
coredu~7*	.0257058	.12904	0.20	0.842	-.227198	.27861	.109827	
coredu~8*	.0222137	.12759	0.17	0.862	-.227851	.272278	.104046	
coredu~9*	.0045798	.10519	0.04	0.965	-.201586	.210745	.16185	
coredu~10*	-.0527888	.04055	-1.30	0.193	-.132256	.026679	.040462	

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Teniendo en cuenta estos resultados se encuentra que las dos variables de edad son significativas a un nivel de 10%, lo que indica que un año adicional de la mujer, la probabilidad de convertirse en emprendedoras aumenta en alrededor de un 2%, pero a medida que la edad aumenta, esta proporción será menor (esto lo indica el signo negativo de la variable age^2). Esto quiere decir que llega un momento en donde tener un año más de vida disminuye la probabilidad de emprender, resultado que está acorde con la evidencia empírica y teórica.

La variable *known11* resultó significativa y se encuentra que si la mujer conoce a alguien que en los últimos 6 meses que haya estado involucrado en algún emprendimiento, su probabilidad de crear una empresa aumenta en un 13%. Este resultado es constantemente debatido por la academia.

Si bien, el hecho de conocer a alguien que esté involucrado en una actividad emprendedora y que esto aumente la probabilidad de emprender, lo ideal es que cualquier persona pueda crear su negocio, independientemente si conoce a alguien o no.

Por su parte, la variable *suskill11* también es positiva, es decir que una mayor percepción sobre sus capacidades y habilidades para llevar a cabo un emprendimiento, aumenta la probabilidad de involucrarse en el proceso de creación de empresas en un 13.5%. Estos resultados están acorde con los otros trabajos realizados en esta área, que fueron mencionados anteriormente.

No obstante, variables que suelen ser significativas como lo son el miedo al fracaso y la buena percepción oportunidades de negocios en los próximos seis meses no son significativos. En el caso del miedo al fracaso, es un resultado muy bueno, ya que esto demuestra que a pesar que las mujeres bumanguesas le teman a fracasar, esto no es un impedimento para que decidan iniciar una actividad emprendedora. Por el contrario es negativo que el hecho de percibir buenas oportunidades de negocio no aumente la probabilidad de emprender.

Como se mencionó al inicio de este apartado, a medida que aumente el nivel de ingresos y el nivel educativo de las empresarias, se espera que aumente la probabilidad de emprender. Sin embargo, en el anterior modelo ambas variables no fueron significativas. Esto implica que sin importar el nivel educativo y de ingreso la probabilidad de emprender es la misma.

10) CONCLUSIONES

El presente trabajo estableció la correlación entre la actividad emprendedora, el perfil emprendedor y las actitudes emprendedoras, en mujeres adultas, radicadas en la ciudad de Bucaramanga, Colombia.

Concretamente, siguiendo el modelo del *Global Entrepreneurship Monitor*, *GEM*, se ha estudiado la relación entre la *actividad emprendedora* (Emprendedora Naciente, Propietarias y Administradoras, Empresarias Potenciales y Discontinuas) según la *Tasa de Actividad Emprendedora*, (*TEA*); el *perfil emprendedor* (edad, nivel educativo, nivel de ingresos, entorno familiar y socioeconómico, antecedentes empresariales, redes de contacto, motivación para emprender, inversionistas informales, expectativas de generación de empleo, procesos de innovación e intensidad exportadora); y las *actitudes emprendedoras* (oportunidad de crear empresa, conocimientos y habilidades para la creación de empresas, temor al fracaso empresarial, estatus de las empresarias, creación de empresas como elección de carrera, potencial emprendedor, cobertura de los medios de comunicación). Derivado de esta correlación se establece una predicción sobre las probabilidades que tienen las mujeres adultas en Bucaramanga de involucrarse en actividades emprendedoras en el corto plazo.

Los resultados más relevantes del estudio, en las relaciones entre *perfil emprendedor* y *actividad emprendedora*, indican que la mayor proporción de las mujeres estudiadas, está en el rango de 25-34 años y el nivel educativo de mayor prevalencia es *secundaria*, tanto en nuevas empresarias como en empresarias establecidas. En general, esta población tiene a cargo entre 3 y 4 personas, y el 35.7% de ellas pertenece socioeconómicamente al estrato 2.

Un dato relevante de la *actividad emprendedora* es la tasa de empresarias establecidas (4,5%), índice que demuestra la alta mortalidad, a largo plazo, de los proyectos emprendedores femeninos en esta ciudad. En este mismo sentido, se demuestra que la *innovación*, factor clave para la sostenibilidad de los proyectos emprendedores (Schumpeter, Fillion, McClelland, Cason, Bally, Robbins & Judge, 2009, entre otros) es incipiente, tanto en mujeres involucradas en nuevos emprendimientos como en empresas establecidas.

En el estudio de las *actitudes emprendedoras*, el 56.1% de las mujeres estudiadas reconoce tener el *conocimiento* y las *habilidades* necesarias para crear una empresa. En la percepción de *temor al fracaso empresarial*, se muestra que el 42.3% de las emprendedoras reconoce que es un factor determinante en la decisión de involucrarse en actividades emprendedoras. Validando los estudios de percepción que afirman que el riesgo incide directamente en los niveles de creación de empresas (Petrarkis, 2005; Vaillant y Lafuente, 2007).

La alta percepción de miedo al fracaso está relacionada con las bajas percepciones de conocimientos y habilidades de las mujeres de la ciudad. Según Schultz (1980) la educación se influye significativamente en la creación de actividad emprendedora, por lo tanto en la medida que las mujeres tengan mayor educación sobre la actividad emprendedora se espera que se reduzca el miedo al fracaso y aumente su participación en actividades emprendedoras.

Contrario a lo que podría esperarse, el 77.6% de las mujeres estudiadas, considera que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses; y el 63.0% de las mujeres espera poner en marcha una empresa en los próximos 3 años.

Los resultados también muestran que las mujeres de esta ciudad, emprenden por una buena oportunidad de negocio (13.5%), y sólo 3.9% lo hacen por una necesidad. La evidencia empírica ha demostrado que las empresas creadas por iniciativas de una oportunidad de negocio, tienen mayores posibilidades de adquirir capital social y humano (Block y Wagner, 2010). Así mismo,

Aunque la correlación entre *actitudes emprendedoras* no demuestra resultados significativos en su completud, las variables de mayor interdependencia son el *potencial emprendedor* y la *percepción de conocimientos y habilidades*, en parte por que el comportamiento emprendedor está muy relacionado con la confianza en las propias habilidades (Harper, 1998; Baron, 2000).

De acuerdo con Arenius y Minniti (2005) aquellos individuos que perciben que tienen las habilidades necesarias tienen mayores probabilidades de convertirse en emprendedores. Otro resultado importante, es la relación positiva existente entre la actitud frente a *las oportunidades de crear empresa y el potencial emprendedor*, en concordancia con los estudios a nivel internacional que afirman que la *percepción de oportunidades* es la característica más distintiva y fundamental del comportamiento emprendedor (Kirzner, 1973, 1979) y además, está positiva y significativamente relacionada, con ser un *emprendedor naciente* (Arenius y Minniti, 2005).

En cuanto al *miedo al fracaso*, el estudio correlacional demostró que es una variable relacionada *negativamente* con las de *potencial emprendedor*, *percepción de oportunidades* y *percepción de conocimientos y habilidades*. Lo cual puede deberse a que a medida que las mujeres temen al fracaso, se afecta la posibilidad de verse involucradas con actividades emprendedoras. Según Arenius y Minniti (2005) esta variable tiene un impacto negativo y significativo sobre ser un emprendedor. Al mismo tiempo que Weber y Milliman (1997) sugieren que una alta percepción de la probabilidad de fracaso disminuye los incentivos empresariales a través de un aumento del grado de riesgo percibido de iniciar un negocio.

La correlación entre la *Actividad emprendedora* y las *variables de Actitudes Emprendedoras*, de las mujeres bumanguesas adoptadas en el estudio, muestra que la mayor relación se encontró en los *conocimientos y habilidades* y en *conocer a alguien involucrado en una actividad*

emprendedora. Dichas variables coinciden ser las únicas que tienen un efecto significativo en la probabilidad de emprender.

En el *análisis predictivo* el estudio revela consistencias de acuerdo con la evidencia teórica y empírica presentada; La variable *age*² permite afirmar que a mayor edad disminuye la probabilidad de que las mujeres de esta ciudad se involucren en actividades emprendedoras; en la variable *known*¹¹ se pudo concluir que si conocen a alguien, en los últimos 6 meses, que haya estado involucrado en alguna actividad emprendedora, su probabilidad de crear una empresa, aumenta considerablemente. Por su parte, la variable *suskill*¹¹ confirma que a mayor percepción sobre sus capacidades y habilidades para llevar a cabo un emprendimiento, aumenta la probabilidad de involucrarse en una actividad emprendedora. Estos resultados están acorde con los otros trabajos realizados en esta área, que fueron mencionados anteriormente.

En el caso del miedo al fracaso, el estudio demuestra que a pesar que las mujeres de esta ciudad le teman a fracasar, no es un impedimento para que decidan iniciar una actividad emprendedora. Por el contrario es negativo que el hecho de percibir buenas oportunidades de negocio no aumente la probabilidad de emprender.

Aunque la evidencia científica y empírica ha demostrado que mayor nivel de ingresos y nivel educativo de las emprendedoras, aumenta la probabilidad de emprender. Desde el análisis predictivo de este estudio, ambas variables no fueron significativas, lo que indica que sin importar el nivel educativo y de ingreso, la probabilidad de emprender de las mujeres en esta ciudad es la misma.

El aporte valioso de la investigación, radica en la profundización sobre factores claves involucrados en la *calidad* de la *actividad emprendedora* de las mujeres, que resultan relevantes para la equidad de género, el crecimiento y el desarrollo de la cultura emprendedora en esta ciudad. Por una parte, las mujeres estudiadas perciben que pueden participar en actividades emprendedoras en el corto y mediano plazo, pero las tasas de sostenibilidad en el largo plazo (empresarias establecidas) son incipientes. La tasa de percepción sobre *habilidades y competencias emprendedoras* es baja para esta comunidad, cuyo nivel educativo prevaleciente es la *secundaria*. En este sentido la percepción sobre *miedo al fracaso* es manifiesta, aunque no es un impedimento para participar en *actividades emprendedoras*.

A partir de lo anterior, puede deducirse que el desarrollo de la actividad emprendedora en las mujeres adultas radicadas en la ciudad de Bucaramanga, presenta ambivalencias que merecen ser profundizadas en estudios posteriores, como pueden ser el *nivel de los conocimientos y las habilidades* para generar proyectos emprendedores o las percepciones sobre los *emprendimientos sostenibles*.

Igualmente, esta investigación puede ser un valioso insumo para elaborar programas de intervención en género con fines de *creación y fortalecimiento de empresas o participación de la mujer en la actividad emprendedora*, teniendo en cuenta que este tipo de procesos son de largo plazo y con sendas variables a intervenir para que sean realmente exitosos.

Esto constituye un llamado de atención a políticas que incentiven y acompañen el proceso emprendedor en las mujeres debido a que las altas percepciones de éstas constituyen un indicador que señala su alto potencial. Aquí es donde se debe jugar un papel primordial con el fin de que las altas percepciones de oportunidades se vean reflejadas en mayores tasas de mujeres involucradas con actividades emprendedoras.

El mayor reto está en contribuir al fomento de la educación y formación en emprendimiento para las mujeres, de tal manera que cuenten con las capacidades para detectar con facilidad oportunidades de negocio, y al mismo tiempo cuenten con las herramientas necesarias y adecuadas para que puedan explotar al máximo de sus ideas. Así mismo, apoyar a las que emprenden por necesidad para lograr que los negocios que nacen como temporales en un principio, puedan ser mantenidos a largo plazo.

11) BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, C., y Urbano, D. (2009). Instituciones y Actividad Emprendedora: Un análisis cuantitativo. Trabajo de Investigación, *Doctorado Internacional en Creación y Gestión de Empresas*.
- Amorós, J.E., y Cristi, O. (2008). Entrepreneurship and competitiveness development: A longitudinal analysis of Latin American countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 376-399.
- Amorós J.E. y Pizarro O. (2008) Global Entrepreneurship Monitor / Mujer, Reporte Nacional. Universidad del Desarrollo.
- Ardagna, S., Lusardi, A. (2008). Explaining International Differences in Entrepreneurship: Role of Individual Characteristics and Regulatory Constraints. En International Differences in Entrepreneurship (17-62), Lerner, J., Schoar, A. (Eds.). The National Bureau of Economic Research.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent. Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Aldrich, H. (1999). *Organizations Evolving*. London: Sage Publications.
- Azjen, I (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental social Psychology*, vol. 20.
- Baron, R. (2000). Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 15–19.
- Baty, G. (1981) Entrepreneurship in the eighties, Virginia: Reston Publishing
- Bird, B. (1988): Implementing Entrepreneurial Ideas. The Case of Intention. *Academy of Management Review*, Vol. 13.
- Brindley, C. (2005). “Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk. Internacional”. En: *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2): 144-161.
- Bowen, D. & Hisrich, R. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. En: *The Academy of Management Review*, 11 (2): 393-407.
- Brush, C. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.

- Bruyat, C & Julien P. Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16, Pag. 165-180. Création d'entreprise: Contribution épistémologique et modélisation. Disertacion para título doctoral en Administración de Empresas.
- Burke, A.E., FitzRoy, F.R. y Nolan, M.A. (2002). Self-employment wealth and job creation: The roles of gender, non-pecuniary motivation and entrepreneurial ability. *Small Business Economics*, 19, 255-270.
- Casson, M. (1982) The entrepreneur: an economic theory, Oxford: Martin Robertson.
- Chaganti, R. (1986). Management in Women-Owned Enterprises. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 18-29.
- Carter, S., & Rosa, P. (1998). The Financing of Male- and Female-Owned Businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10, 225-241.
- CEPAL, Caminos hacia la equidad de género". 9º Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, México. CEPAL, 2004.
- Coleman, S., & Carsky, M. (1996a). Financing Small Business: Strategies Employed by Women Entrepreneurs. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 3(1), 28-42.
- Coleman, S., & Carsky, M.(1996b). Women Owned Businesses and Bank Switching: The Role of Customer Service. *The Journal of Entrepreneurial and Small Business Finance*, 5(1), 75-84.
- Cooper, A. C., & Gimeno-Gascón, F. J. (1992). Entrepreneurs, Processes of Founding and New Firm Performance, en Sexton, D. L., & Kasarda, J. D.: *The State of the Art of Entrepreneurship*, Boston, Mass., PWS-Kent Pub., 301-340
- Cromie, S. (1987). "Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs". En: *Journal of Occupational Behaviour*, 8(3):251-261.
- Daeren, L. (2000). "Mujeres empresarias en América Latina: El difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo". Documento presentado en el Primer Seminario Internacional de la Mujer Empresaria "SIME 2000", organizado por el Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa "APYME" de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago de Chile.

- Driga, O. et al (2008). 'Reasons for the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women in Spain'. *European Society for rural sociology*, 49 (1).
- Déry, R. and Toulouse, J-M. (1994). La structuration sociale du champs de l'entrepreneurship: le cas du Journal of Business Venturing (Recherche paper 94-06-02). Montreal: Maclean Hunter Chair of Entrepreneurship, HEC, The University of Montreal Business School.
- Du Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the Female Underperformance Hypothesis. *Small Business Economics*, 14, 1-10.
- Dolabela, Fernando. (2005). Taller del Emprendedor: Una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones. UNR Editora, Homo Sapiens Ediciones. Argentina.
- Dyer, G. (1993). "Toward a theory of entrepreneurial careers". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (2): 7-21.
- Fayolle, A. (2008) *Entrepreneurship and new value creation – The dynamic of the entrepreneurial process*. London, UK: Cambridge University Press
- Filion, L. J (1990), Visions and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. In *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 56-63). Chapel Hill: Babson College.
- Gnyawali, D.R. y FOGEL, D.S. (1994): «Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications». *Entrepreneurship Theory and Practice*, Junio.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Guiso, L., Schivardi, F. (2005). Learning to be an Entrepreneur. C.E.P.R. Discussion Papers, No. 218.
- Global Entrepreneurship Monitor, Colombia 2011-2012.
- Global Entrepreneurship Monitor, Colombia, Capítulo Bucaramanga 2011-2012.
- Johannisson, B. and Nilsson, A. (1989). Community entrepreneurs: networking for local development. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1.
- Kallenberg, A. L., & Leicht, K. T. (1991). Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success. *Academy of Management Journal*, 34, 136-161.

- Kanter, R. (1977), "Men and Women in Corporation". New York. Basic Books. R. (1995), "World Class: Thriving Locally in the Global Economy". Simon & Schuster. New York.
- Kantis, Hugo (2004). Contexto Emprendedor. Diagnóstico de la situación en El Salvador. CONAMYPE, Ministerio de Economía. Colección Emprendedor.
- Katz, J.A. ; Gartner, W.B. (1988): Properties of emerging organizations. Academy of Managment Review. Vol. 13.
- Kelley, D., Bosma, N., & Amorós, J. E. (2011). Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report. Wellesley Mass., Santiago, Chile: Babson College & Universidad del Desarrollo.
- Kirkwood, J. (2007). "Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered?" En: International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 13(1):39-59.
- Kirzner, I. M. (1973). Competition and Entrepreneurship. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1979). Perception, Opportunity, and Profit. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kollan, B. & Parikh, I. (2005). "A reflection of the Indian women in the entrepreneurial world". Working paper: Indian Institute of Management - Research and publications, No 2005-08-07.
- Kourilsky, M. & Walstad, W. (1998). "Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences and educational practices". En: Journal of Business Venturing, 13(1): 77-88.
- Krueger, N.F (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 18(1), 5-18.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Harper, D. (1998). Institutional Conditions for Entrepreneurship. *Advances in Austrian Economics*, 5, 241-275.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). "The entrepreneurial Propensity of Women". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3): 330 – 364.
- Lazear, E. (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labor Economics*, Vol. 23, pp. 649-680.

- McClelland, D.C. (1961) *The achieving society*, Princeton, N.J.: Van Nostrand (See also the New Introduction to this book: New York: Irvington Publishers, 1976).
- Minniti, M. (2004). Entrepreneurial Alertness and Asymmetric Information in a Spin-Glass Model. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 637–658.
- Noguera, M. (2009). ‘La mujer emprendedora en catalunya: un estudio de casos comparativo’. *Departamento de Economía de la Empresa, Programa de Doctorado en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- North, D. C. (1992): “Institutions and Economic Theory”. *The American Economist*, Vol. 36, No. 1, pp. 3-6.
- OECD (1998). *Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*, OECD Conference Paris 1997.
- OIT (2010). *Panorama laboral, 2010*. Organización Internacional del Trabajo. Lima.
- ONU / HABITAT, *Estado de las ciudades de América Latina y el Caribe 2012*. Rumbo a una nueva transición urbana. Agosto del 2012
- Palmer, M. (1971) “The application of psychological testing to entrepreneurial potential”, *California Management Review*, 13, 3:32-38.
- Pearce, D.W. (1981) *The Macmillan Dictionary of Modern Economics*, London: The Macmillan Press.
- Pereira, Fernando. *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una vision sistémica y humanista*.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2004). *Regional report on the achievements of the Millennium Development Goals in the Caribbean Community*. PNUD. Nueva York.
- (2008a). *Informe sobre Desarrollo Humano 2007-2008. La lucha contra el cambio climático. Solidaridad frente a un mundo dividido*. PNUD. Nueva York.
- (2008b). *Gobernabilidad local, convivencia y seguridad ciudadana. Marco para la acción*. PNUD. Proyecto Regional de Gobernabilidad Local en América Latina, ALC-SURF. PNUD. Mayo de 2008.
- (2010). *Informe regional sobre desarrollo humano para América*

- Latina y el Caribe 2010. Actuar para el futuro: romper la transmisión intergeneracional de la igualdad. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Nueva York. ISBN 978-9968-794-53-4.
- (2010b). Cuba. Los centros de gestión para la reducción del riesgo. Mejores prácticas en reducción del riesgo. <http://www.undp.org/cu/crmi/docs/crmi-cgrrcuba-bp-2010-es.pdf>
- (2011). Informe sobre Desarrollo Humano 2011. Sostenibilidad y equidad. Un mejor futuro para todos. PNUD.
- Petrakis, N.L. (2005). Factors influencing the ideal duration of entrepreneurial Commitment: The Greek Case. *Economic and Business Review*, 7(2), 101-118.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento Organizacional (13a Ed.). (Javier Enríquez, trad.). México: Pearson Education.
- Roomi, M. et al (2009). “Women-owned small and medium enterprises in England: Analysis of factors influencing the growth process”. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16, 270-288.
- Rosti, L. and Chelli, F. (2009). ‘Self-employment among Italian female graduates’. *Education + Training*, 51, 526 – 540.
- Schultz, T. W. (1980). Investment in Entrepreneurial Ability. *Scandinavian Journal of Economics*, 82, 437-448.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Shabbir, A. & Di Gregorio, S. (1996). “An examination of the relationship between women’s personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan”. En: *Journal of Business Venturing*, 11: 507-529.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. En: Kent, C.; Sexton, D. y Vesper, K. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), 313-337.

- Van Praag, C.M. y Cramer, J.S. (2001). The roots of entrepreneurship and labor demand: Individual ability and low risk. *Economica*, 45-62.
- Van Uxem, F. W., & Bais, J. (1996). *Her Starten Van Een Bedrijf: Ervaringen Van 2000 Starters*, Zoetermeer, EIM.
- Weber, E. U. and R. A. Milliman (1997). Perceived Risk Attitudes: Relating Risk Perception to Risky Choice. *Management Science*, 43, 123–144.
- Wood, R. E., & Bandura, A. (1989). Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 407-415.
- Zaleznik, A. and M.F.R. Kets de Vries (1976). ‘What makes entrepreneurs entrepreneurial’? , *Business and Society Review*, 17:18-23.

ANEXOS

ANEXO 1**FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA PARA BUCARAMANGA**

Fecha de campo: Junio - Agosto de 2011

Técnica de recolección: Encuesta telefónica usando el sistema CATI (*Computer Aided Telephone Interview*).

Perfil del informante: Mujeres adultas, entre 18 y 64 años, residente en la ciudad de Bucaramanga

Selección del informante: Listado de mujeres que conforman el hogar y selección aleatoria, con base en el número de miembros del hogar del género.

Universo: Hogares con teléfono: - Penetración telefónica (estrato 1 al 6): 87,9% (septiembre de 2008) Fuente: Encuesta General de Medios (EGM) 2010.

Número de encuestas: 251 encuestas.

Estadísticas de población: Población adulta cabecera municipal: 1'034 242; Mujeres: 529.309.

Tasa de respuesta: Alrededor del 60% estuvo de acuerdo en responder la encuesta

Número de contactos: Cinco (5) reintentos para contactar al encuestado seleccionado.

Fuente: Centro Nacional de Consultoría para el Global Entrepreneurship Monitor
Colombia/ Bucaramanga 2011-2012.

ANEXO 2: INSTRUMENTO VERSIÓN EN ESPAÑOL

		<i>Cabezote</i>					
GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR GEM 2011		Población General ENCUESTA APS (Adult Population Survey) CUESTIONARIO					
Centro de Costos:	Fecha:	Se requirió Prueba Piloto:	<table border="1"> <tr> <td>Sí</td> <td></td> <td>No</td> <td>X</td> </tr> </table>	Sí		No	X
Sí		No	X				
Elaborado por: GEM	Revisado por:	Revisado en Campo por:					

Presentación
Buenos días/tardes/noches, mi nombre es _____ (dar nombre COMPLETO) y soy entrevistador del Centro Nacional de Consultoría, una empresa que hace estudios para mejorar los productos y servicios que reciben las empresas y las personas. En estos momentos estamos realizando un estudio para <u>estimar la participación</u> de la población adulta en la puesta en marcha de iniciativas de empresa, así como en la gerencia y propiedad de nuevas empresas en Colombia. Usted forma parte de la muestra de personas que van a participar en tan importante investigación que contribuirá al desarrollo de la economía de Colombia

CIUDAD

Bogotá, D.C. _____ 01	Santo Tomás _____ 10	Nueva Granada _____ 19	Paipa _____ 27	Buenaventura _____ 35
Medellín _____ 02	Pelaya _____ 11	Sincelejo _____ 20	Aquitania _____ 28	El cerrito _____ 36
Barranquilla _____ 03	Cereté _____ 12	Aguadas _____ 21	Girardot _____ 29	Bugalagrande _____ 37
Bucaramanga _____ 04	San Antero _____ 13	Neiva _____ 22	Acacias _____ 30	Santander Quilichao _____ 38
Cali _____ 05	Dos Quebradas _____ 14	Gigante _____ 23	Pamplona _____ 31	
Pereira _____ 06	Santa Rosa de Cabal _____ 15	Isnos _____ 24	Barrancabermeja _____ 32	Otra, Cuál? _____
Manizales _____ 07	La Virginia _____ 16	La Tebaida _____ 25	Rionegro _____ 33	
Cartagena _____ 08	Santa Marta _____ 17	Ibagué _____ 26	Mercaderes _____ 34	
Sabanalarga _____ 09	Plato _____ 18			

Nombre y Apellidos del Encuestado:			
TELÉFONO _____ No sabe _____ 8 Rechaza _____ 9	COBERTURA RURAL (PRESENCIAL) _____ 1 URBANO (TELEFÓNICO) _____ 2	REGIÓN	
		Atlántica..... 1 Central.....2 Bogotá.....3	Oriental.....4 Pacífica.....5
DIRECCIÓN:			

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

PREGUNTA DE VERIFICACIÓN PERFIL DEL INFORMANTE

a) Tiene usted entre 18 y 64 años?

SI _____ 1 CONTINUE NO _____ 2 AGRADEZCA Y TERMINE

Nota para los entrevistadores: al realizar la entrevista, no lea ninguna respuesta “No sabe” o “Rechaza/Rehúsa”.

NOTA IMPORTANTE PARA LOS PROGRAMADORES

Cuando lleven a cabo la implementación de esta encuesta, noten que existen requerimientos metodológicos muy estrictos que deben observarse a lo largo de todo el proceso.

Dos requerimientos esenciales son:

- i) la selección aleatoria del entrevistado dentro de un hogar: listar hombres o mujeres de menor a mayor entre 18 y 64 años. Contar número de miembros y consultar el número del informante seleccionado en la tabla aleatoria,
- ii) hay que realizar un mínimo número de re-llamadas antes de desechar un número seleccionado, que debe seguirse estrictamente (habitualmente son hasta 5 re-llamadas / revisitas)

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 1: EMPRENDEDORES NACIENTES

**INFORMACIÓN PARA EL ENCUESTADOR: LAS PREGUNTAS QUE VIENEN A CONTINUACIÓN SON PARA PERSONAS QUE ESTÁN CONFORMANDO EMPRESA O NEGOCIO
LA CREARON HACE TRES MESES O MENOS**

1. (NO LEER LA ESCALA. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.)

	<u>SI</u>	<u>NO</u>	<u>No sabe</u>	<u>Rechaza</u>
1a. Está usted actualmente, ya sea solo o con otras personas, tratando de poner en marcha un nuevo negocio, incluyendo alguna forma de autoempleo o venta de bienes o servicios a otros {BSTART}	1	2	8	9
1b. Está usted actualmente, ya sea solo o con otras personas, tratando de poner en marcha un nuevo negocio o empresa, para su empleador como parte de su trabajo habitual {BJOBST}	1	2	8	9

CONTINUE CON LA SIGUIENTE PREGUNTA, SI CONTESTÓ “SI”(1) O “No sabe” (8) EN LAS PREGUNTAS 1a O 1b, DE OTRA FORMA PASE AL BLOQUE 2- PAG 14, PREGUNTA 1c

2a. (Usted ha dicho que está tratando de poner en marcha un Nuevo negocio. / Quizá no ha quedado suficientemente claro en una pregunta anterior.)

En los doce meses pasados, ha realizado alguna acción que sirva para la puesta en marcha de un nuevo negocio, como buscar equipamiento o un local, organizar un equipo de puesta en marcha, trabajar en un plan de negocio, comenzar a ahorrar dinero o cualquier otra actividad propia de la puesta en marcha de un negocio o autoempleo? **(NO LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) (NOTA PARA EL ENCUESTADOR: SI HAY MÁS DE UN NEGOCIO PONIÉNDOSE EN MARCHA, SELECCIONE EL QUE EL ENCUESTADO CONSIDERE QUE TIENE MÁS POSIBILIDADES DE LLEGAR A SER OPERATIVO, ES DECIR DE ENTRAR EN FUNCIONAMIENTO.) {SUACTS}**

Sí.....1
 No.....2 PASE AL BLOQUE 2, PREGUNTA 1c, PÁG. 14
 No sabe.....8
 Rechaza.....9 PASE AL BLOQUE 2, PREGUNTA 1c, PÁG. 14

PREGUNTAR 2a1 SOLO SI EL ENCUESTADO RESPONDE “SI” (1) O “No sabe” (8) A LA PREGUNTA 2a

2a1. ¿Cuántos meses ha estado involucrado en poner en marcha este negocio? (TRATE DE CONSEGUIR LA MEJOR APROXIMACIÓN. NO LEA OPCIONES O RANGO VÁLIDO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI MENCIONA MENOS DE UN MES, ANOTE 1 MES A 4 DÍGITOS) {SUPREP}

Meses..... RANGO VÁLIDO 1-1000
 No sabe8
 Rechaza.....9

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

2b. ¿Será usted personalmente el propietario de todo, de una parte o de nada de este negocio? **(NO LEA OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA**

RESPUESTA.) {SUOWN}

Todo.....1 PASE A PREGUNTA 2d
 Parte.....2 CONTINÚE
 Nada.....3 PASE AL BLOQUE 2 PREG. 1c, PÁG. 14
 No sabe.....8 CONTINÚE
 Rechaza.....9 PASE A PREGUNTA 2d

PREGUNTAR 2c SÓLO SI EL ENCUESTADO RESPONDE “Parte” (2) O “No sabe” (8) A LA PREGUNTA 2b

2c. ¿Cuántas personas, incluyéndose usted, van a tener la propiedad y dirección de este nuevo negocio? **(NO LEER OPCIONES O RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 1 Y 1000. NO SE ACEPTAN INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO, TRATE DE LOGRAR LA MEJOR APROXIMACIÓN A ESTE DATO.) SI LOS PROPIETARIOS NO ASUMEN LA DIRECCIÓN ANOTE RESPUESTA EN RECHAZA (CÓDIGO 9){SUOWNERS}**

#.....(RANGO VÁLIDO 1-1000)
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

2d. ¿Se han pagado en este nuevo negocio salarios, beneficios o pagos en especie, incluyendo los recibidos por usted por más de tres meses? **(LEER SI ES NECESARIO.)** Por pagos en especie, se entienden bienes o servicios proporcionados en calidad de pago a cambio de trabajo, en lugar de dinero en efectivo. **(NO LEER LAS OPCIONES. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) {SUWAGE}**

Sí.....1 CONTINÚE
 No.....2 PASE A PREG. 2e
 No sabe.....8 CONTINÚE
 Rechaza.....9 PASE A PREGUNTA 2e

2d1. ¿Cuál fue el primer año que los fundadores del negocio recibieron salarios, beneficios o pagos en especie de este negocio? **(LEER SI ES NECESARIO: “Por pagos en especie, se entienden bienes o servicios proporcionados en calidad de pago a cambio de trabajo, en lugar de dinero en efectivo”. (NO LEER OPCIONES O EL RANGO VÁLIDO. REGISTRE UN AÑO DE CUATRO DÍGITOS. POR EJEMPLO, AÑO “86” DEBE SER INTRODUCIDO COMO “1986”. {SUWAGEYR} (ENCUESTADOR PARA ESTE BLOQUE LA MAYOR PARTE DE LAS RESPUESTAS SE UBICARÁN EN LA OPCIÓN TODAVÍA NO HA HABIDO PAGOS, Y SI ALGUIEN MENCIONA UN AÑO DEBE SER 2010)**

#.....RANGO VÁLIDO 1800- 2010) (PASE A PREGUNTA 2e
 Todavía no ha habido pagos.....7 PASE A PREGUNTA 2e
 No sabe.....8 CONTINÚE
 Rechaza.....9 PASE A PREGUNTA 2e

PREGUNTAR 2d1i SOLO SI EL ENCUESTADO RESPONDE “No sabe” (8) A LA PREGUNTA 2d1.

2d1i. ¿Recibieron los fundadores de este negocio algún salario, beneficio o pago en especie procedentes de este negocio antes del 1 de Enero de 2007? **NO LEER OPCIONES. TODOS DEBEN RESPONDER NO {SUPAY2}**

Sí.....1
 }
 }
 }

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

No.....2
 No sabe.....8
 Rechaza.....9
 No aplica.....7

CONTINÚE

- 2e. ¿Qué tipo de negocio es este? **(OTRA FORMA:)** ¿Qué venderá? ¿Cómo estaría inscrito en un directorio de empresas, tales como las páginas amarillas del directorio telefónico? **(ESCRIBIR LA RESPUESTA TEXTUAL. EL ENCUESTADO DEBE RESPONDER MEDIANTE UNA FRASE QUE PUEDA DESCRIBIR CLARAMENTE TODAS ESTAS COSAS: (1) LA NATURALEZA DEL PRODUCTO O SERVICIO, ASÍ COMO (2) EL PRIMER CLIENTE BASE (OTRA EMPRESA O EL CONSUMIDOR TÍPICO), (3) EL SECTOR DETALLADO DE LA ACTIVIDAD.**

LOS TIPOS DE NEGOCIO ORDINARIOS: RESTAURANTES, CONSTRUCTORES, CENTROS DE CUIDADOS DIARIOS—NECESITAN RESPUESTAS POCO ELABORADAS. LA DESCRIPCIÓN DEBE PERMITIR DETERMINAR QUÉ TIPO DE PRODUCTO ES FABRICADO (INDUSTRIA), PRODUCIDO EN AGRICULTURA, EXTRAÍDO EN MINERÍA, CREADO EN CONSTRUCCIÓN, TIPO DE TRANSPORTE O UTILIDAD PROPORCIONADA, QUÉ ES VENDIDO AL POR MAYOR O AL DETALLE, Y LA NATURALEZA ESPECÍFICA DEL SERVICIO—REPARACIÓN, FINANCIERO, NEGOCIOS, MÉDICO, EDUCACIONAL O SOCIAL—PROPORCIONADO. “ALTA TECNOLOGÍA” O “COMERCIO ELECTRÓNICO” NO SON FORMAS ADECUADAS DE DESCRIBIR UN NEGOCIO Y NO DEBEN SER UTILIZADAS COMO FÓRMULA. EN CAMBIO, SI QUE SIRVEN: EXPLOTACIÓN AGRÍCOLA DE PRODUCCIÓN INTENSIVA DE FRUTA; MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN PARA EDIFICIOS; VENTA AL POR MAYOR DE ROPA CONFECCIONADA; VENTA AL POR MENOR DE CALZADO; CONSULTA OFTALMOLÓGICA, ETC. SI EN EL NEGOCIO SE HACEN VARIAS COSAS, DEBE DESCRIBIRSE LA ACTIVIDAD QUE DA LUGAR A MAYOR FACTURACIÓN O VENTAS.) (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE) {SUBUSTYPE}

- 2e1. ¿Considerarán todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales este producto o servicio nuevo y poco familiar? **(NO LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) ENCUESTADOR LEA: PUEDE TRATARSE DE VERSIONES MEJORADAS, NOVEDOSAS Y POCO COMUNES. {SUNEWCSST}**

Todos.....1
 Algunos.....2
 Nadie lo consideraría novedoso y poco familiar..... 3
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

- 2e2. En este momento, ¿Hay muchas, pocas o ninguna otra empresa o negocio ofreciendo los mismos productos o servicios a sus clientes potenciales? **(NO LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) {SUCOMPET}**

Muchas empresas competidoras.....1
 Pocas empresas competidoras.....2
 Ninguna empresa competidora.....3
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

- 2e3. ¿Han estado disponibles las tecnologías o procedimientos requeridos para producir este producto o servicio hace menos de un año, entre uno y cinco años o desde hace más de cinco años? **(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA.) {SUNEWTEC}**

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

- Menos de un año.....1
 Entre uno y cinco años.....2
 Más de cinco años.....3
 (NO [No sabe.....8
 LEER) → [Rechaza.....9

2e4. ¿Qué proporción de sus clientes, normalmente, vivirá fuera de su país? Más del 90%, entre 75% y el 90%, entre el 50% y el 75%, entre el 25% y el 50%, entre el 10% y el 25% menos del 10% **(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE EL 25% EXACTO, MARQUE LA OPCION 4 (RANGO SUPERIOR); SI RESPONDE EL 50% EXACTO, MARQUE LA OPCION 3; SI RESPONDE EL 75% EXACTO, MARQUE LA OPCION 2) {SUEXPORT}**

- Más del 90%.....1
 Del 75% al 90%.....2
 Del 50% al 75%.....3
 Del 25% al 50%.....4
 Del 10% al 25%.....5
 Menos del 10%.....6
 [Ninguno.....7
 (NO [No sabe.....8
 LEER) → [Rechaza.....9

PREGUNTAR 2f1 SOLO SI EL ENCUESTADO RESPONDE “SI,” “No sabe” o “Rechaza” A LA PREGUNTA 2d- PAG. 4; DE OTRA FORMA, PASE A LA PREGUNTA 2f2.

2f1. Actualmente, ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios, pero incluyendo a subcontratados exclusivos, están trabajando en este negocio? Por subcontratados exclusivos se entenderán personas o empresas que estén trabajando ÚNICAMENTE para este negocio sin trabajar para otros al mismo tiempo. **(NO LEER OPCIONES O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 0 Y 1.000.000. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.) {SUNOWJOB}**

- # _____ (RANGO VÁLIDO 0 -1.000.000)
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

2f2. Dentro de cinco años (De aquí a cinco años) ¿Cuántas personas trabajarán para este negocio, sin contar a los propietarios, pero incluyendo a subcontratados exclusivos? Por subcontratados exclusivos se entenderán personas o empresas que estén trabajando únicamente para este negocio sin trabajar para otros al mismo tiempo. **(NO LEER OPCIONES O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 0 Y 1.000.000. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.) {SUYR5JOB}**

- # _____ (RANGO VÁLIDO 0-1.000.000)
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

2g. ¿Está involucrado en la puesta en marcha de esta empresa o negocio para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene mejores opciones de trabajo? **(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) {SUREASON}**

- Aprovechar una oportunidad de negocio 1 CONTINÚE
 No tiene mejores opciones de trabajo.....2 PASE A PREGUNTA 2h1

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

- (NO LEER) →
- | | | |
|---|---|----------|
| [Combinación de los dos anteriores..... | 3 | CONTINÚE |
| [Tiene trabajo pero busca mejores oportunidades..... | 4 | |
| [Otra ¿Cuál? {SUREASON_OTH}..... | 5 | PASE 2h1 |
| [No sabe..... | 8 | |
| [Rechaza..... | 9 | |

2gi. ¿Cuál de las siguientes razones, piensa usted, que es la más importante para aprovechar esta oportunidad?

(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA.) {SUOPTYPE}

- (NO LEER) →
- | | |
|---|---|
| Mayor independencia laboral | 1 |
| Aumentar ingresos personales..... | 2 |
| Simplemente mantener sus ingresos | 3 |
| [Otro ¿Cuál? {SUOPTYPE_OTH}..... | 4 |
| [No sabe..... | 8 |
| [Rechaza..... | 9 |

2h1. ¿Cuánto dinero, en total, requerirá la puesta en marcha de esta nueva empresa o negocio? (LEER: “Por favor, incluya tanto préstamos como capital propio de los propietarios”. (NO LEA OPCIONES O RANGO VÁLIDO. ESCRIBA LA CANTIDAD EN PESOS COLOMBIANOS. SI LA RESPUESTA FUESE “NO SE REQUIERE NINGÚN DINERO” MARQUE 7, SI EL ENCUESTADO ESTA INSEGURO, FOMENTAR LA MEJOR RESPUESTA) {SUMONTOT})

Cifra en \$ ____ . ____ . ____ . ____ . ____ (RANGO VÁLIDO 1-1.000.000.000)

Cifra en letras _____

No se requiere ninguno.....7 (PASE A PREGUNTA 2o)

No sabe.....8

Rechaza.....9

2h1a. ¿El total de la cantidad de dinero requerido será proporcionado por usted solo? NO LEER OPCIONES. {SUMONSLF}

Sí.....1 (PASE A PREGUNTA 2o)

No.....2 (CONTINÚE)

No sabe.....8

Rechaza.....9

PASE A PREGUNTA 2o

2h1b. ¿Cuál es la fuente principal del dinero que usted no aportó o no va a aportar? NO LEER OPCIONES (RESPUESTA ÚNICA). {SUMONNA}

Un amigo.....1

Un compañero de trabajo.....2

Entidad financiera/Banco.....3

Otras entidades (fiduciarias, cooperativas, etc).....4

No sabe.....8

Rechaza.....9

2h2. ¿Cuánto dinero propio, en total, espera proporcionar para este nuevo negocio? Por favor incluya tanto préstamos como capital propio. (NO LEER OPCIONES O RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UNA CANTIDAD EN PESOS COLOMBIANOS. SI LA RESPUESTA FUESE “NO SE REQUIERE NINGÚN DINERO” MARQUE 7) LA CIFRA DEBE SER MENOR O IGUAL A LAS RESPUESTA DE 2h1. {SUMONOWN}

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

Cifra \$ ____ . ____ . ____ . ____ . ____ (RANGO VÁLIDO 1-1.000.000.000)

Cifra en letras _____

No se requiere ninguno.....7
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

2o. Ahora le voy a leer tres afirmaciones. Por favor, dígame qué respuesta se acerca más a su punto de vista.

2oa. Comparando la situación actual con la de un año atrás, poner en marcha su negocio es ahora: (LEER OPCIONES) {SUSTART}

Más difícil.....1
 Algo más difícil.....2
 Igual.....3
 Algo menos difícil.....4
 Menos difícil.....5

(NO
LEER) →

[No es aplicable.....7
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9

2ob. Comparando la situación actual con la de hace año, sus expectativas de crecimiento son ahora: (LEER OPCIONES) {SUGROW}

Menores.....1
 Un poco menores.....2
 Más o menos las mismas.....3
 Un poco mayores.....4
 Mayores.....5

(NO
LEER) →

[No es aplicable.....7
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9

2oc. ¿Qué impacto ha tenido la crisis económica global sobre las oportunidades de poner en marcha esta empresa? (LEER OPCIONES) {SUOPPT}

Más oportunidades de negocio.....1
 Un poco más de oportunidades de negocio.....2

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

	No ha tenido impacto.....	3
	Un poco menos de oportunidades de negocio.....	4
	Menos oportunidades de negocio.....	5
	[No es aplicable.....	7
(NO	[No sabe.....	8
LEER) →	[Rechaza.....	9

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

PREGUNTAS SOBRE REDES

2p. Varias personas le pueden dar consejo sobre su nueva empresa o negocio. **(LEA EL ENUNCIADO DE LA PREGUNTA COMPLETA CADA CINCO ITEM: ¿Ha recibido asesoría por parte de ...):**

		SI	NO	NO SABE	RECHAZA
a.	Su cónyuge o su compañero de vida? {SUNSP0}	1	2	8	9
b.	Sus padres? {SUNPAR}	1	2	8	9
c.	Otros familiares o parientes? {SUNOFA}	1	2	8	9
d.	Sus amigos? {SUNFRI}	1	2	8	9
e.	Sus actuales compañeros de trabajo? {SUNWCO}	1	2	8	9
f.	Su jefe actual? {SUNBOS}	1	2	8	9
g.	Alguna persona de otro país? {SUNOCO}	1	2	8	9
h.	Alguien que ha llegado del extranjero? {SUNFAB}	1	2	8	9
i.	Alguien que está empezando un negocio? {SUNSTA}	1	2	8	9
j.	Alguien con gran experiencia empresarial? {SUNBEX}	1	2	8	9
k.	Algún investigador o inventor? {SUNRES}	1	2	8	9
l.	Un posible inversionista? {SUNINV}	1	2	8	9
m.	Un Banco? {SUNBAN}	1	2	8	9
n.	Un abogado? {SUNLAW}	1	2	8	9
o.	Un contador? {SUNACC}	1	2	8	9
p.	Un empleado público en servicios empresariales? {SUNADV}	1	2	8	9
q.	Alguna empresa con la cual usted trabaja? {SUNCOL}	1	2	8	9
r.	Una empresa que pertenece a su competencia? {SUNCOM}	1	2	8	9
s.	Un proveedor? {SUNSUP}	1	2	8	9
t.	Un cliente? {SUNCUS}	1	2	8	9
u.	Un organismo de apoyo? {SUNORT}	1	2	8	9

PREGUNTAS SOBRE

2zb. ¿A cuántos países espera exportar durante los próximos 5 años? **(NO LEER OPCIONES O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.); SI NO ESPERA EXPORTAR NO ANOTE CERO SINO CIRCULE LA OPCIÓN NINGUNO. RESPUESTA 3 DIGITOS. {SUICINTMRK}**

_____/_____/_____/_____/_____/CONTINÚE

(NO
LEER) → [Ninguno.....7 PASE A 2ya
[No sabe.....8 CONTINÚE
[Rechaza.....9 PASE A 2ya

2zc. ¿Con qué frecuencia esperaría exportar?: {SUIEXPORT}

Esporádicamente.....1
Regularmente.....2

(NO
LEER) → [No sabe.....8
[Rechaza.....9

2zd. ¿Cómo esperaría exportar en un futuro? **(LEER OPCIONES. RESPUESTA ÚNICA) {SUIMODE}**

Distribuidor en el exterior.....1
Distribuidor nacional.....2
Punto de venta en el exterior.....3
A través de un socio en el exterior.....4
Agentes comerciales en el exterior.....5

(NO
LEER) → [No sabe.....8
[Rechaza.....9

PREGUNTAS SOBRE POTENCIAL DE CRECIMIENTO

2ya. ¿Ha creado una empresa antes de ésta?: {SUPENTBEF}

Sí.....1
No.....2

(NO
LEER) → [No sabe.....8
[Rechaza.....9

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

2yb. ¿Ha sido gerente de alguna empresa diferente a la actual?: {SUPMANBEF}

	Sí.....	1
	No.....	2
(NO	[No sabe.....	8
LEER) →	[Rechaza.....	9

2yc. ¿Ha trabajado en una empresa que ha crecido rápidamente? (LEER: SIGNIFICA QUE EL VOLUMEN DE VENTAS HA AUMENTADO, O HA INCREMENTADO EL NÚMERO DE EMPLEADOS O SUBCONTRATADOS) {SUPWGROWBEF}

	Sí.....	1
	No.....	2
(NO	[No sabe.....	8
LEER) →	[Rechaza.....	9

2yd. ¿Ha trabajado en una empresa similar (con el mismo producto o servicio) a la que está conformando, o creó hace tres meses?: {SUPSIMENT}

	Sí.....	1
	No.....	2
(NO	[No sabe.....	8
LEER) →	[Rechaza.....	9

2yf. ¿Por qué cree que esta iniciativa empresarial es realmente una oportunidad de desarrollo o crecimiento para usted? El encuestado debe responder mediante unas frases que puedan describir claramente lo que se indaga. (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE) {SUPOPORTDEV}

2yg. ¿Cuáles son sus expectativas de crecimiento en ventas durante los próximos cinco años? Más del 90%, entre el 75% y 90%, entre el 50% y el 75%, entre el 25% y el 50%, entre el 10% y el 25% menos del 10% (LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE EL 25% EXACTO, MARQUE LA OPCION 4; SI RESPONDE EL 50% EXACTO, MARQUE LA OPCION 3; SI RESPONDE EL 75% EXACTO, MARQUE LA OPCION 2) {SUPEXPGRW}

Más del 90%.....	1
Del 75% al 90%.....	2
Del 50% al 75%.....	3
Del 25% al 50%.....	4
Del 10% al 25%.....	5
Inferior al 10%.....	6
No sabe	8

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

2yh. ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad de la inversión (dinero) inicial dentro de cinco años? Más del 90%, entre el 75% y 90%, entre el 50% y el 75%, entre el 25% y el 50%, entre el 10% y el 25% menos del 10% **(LEER: RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN SE REFIERE A RECUPERAR EL DINERO INVERTIDO EN EL MONTAJE DEL NEGOCIO)** **(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE EL 25% EXACTO, MARQUE LA OPCION 4; SI RESPONDE EL 50% EXACTO, MARQUE LA OPCION 3; SI RESPONDE EL 75% EXACTO, MARQUE LA OPCION 2)** {SUPEXPRENT}

- Más del 90%.....1
 Del 75% al 90%.....2
 Del 50% al 75%.....3
 Del 25% al 50%.....4
 Del 10% al 25%.....5
 Inferior al 10%.....6

2yi. ¿En cuántos años espera recuperar la inversión (dinero) realizada en su empresa o negocio? Menos de uno, entre uno y tres, entre tres y cinco, más de cinco? **(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE TRES, MARQUE LA OPCION 2)** {SUPRETINV}

- Más de cinco.....1
 Entre tres y cinco.....2
 Entre uno y tres.....3
 Menos de uno.....4

2yj. ¿Cuál fue la inversión (dinero) inicial de su empresa o negocio? **(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA)** {SUPINTINV}

- Más de \$100.000.000.....1
 Entre \$75.000.000 y \$100.000.000.....2
 Entre \$50.000.000 y \$75.000.000.....3
 Entre \$25.000.000 y \$50.000.000.....4
 Entre \$5.000.000 y \$25.000.000.....5
 Menos de \$5.000.000.....6
 No he hecho ninguna inversión.....77

2yk. ¿Tiene temor a la financiación externa?: **(ENTIDAD FORMAL)** {SUPNFEAREXF}

- Sí.....1
 No.....2

(NO LEER) → [No sabe.....8
 [Rechaza.....9

2yl. ¿Ha accedido a alguna fuente de financiación externa?: **(ENTIDAD FORMAL)** {SUPFINSOURCE}

- Sí.....1
 No.....2
 [No sabe.....8

CONTINÚE CON LA PREGUNTA 2ym

PASE AL BLOQUE 2, PÁG. 14

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

LEER) [Rechaza.....9

2ym. ¿A qué fuente de financiación ha accedido con mayor frecuencia? (**ENTIDAD FORMAL**)

(LEER OPCIONES. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA) {SUPFINSOURCEW} DEBE HABER COHERENCIA CON LA RESPUESTA EN 2h1b SI RESPONDÍO CÓDIGOS 3 ó 4, PÁG. 7

Banca comercial.....1
 Línea de crédito Bancoldex.....2
 Fondos de capital de riesgo.....3
 Fondos Emprender (SENA).....4
 Premio Destapa Futuro (Bavaria S.A).....5
 Otros fondos de capital semilla.....6

2yn. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta que tomó la decisión de crear la empresa o negocio? (**EN MESES**) {SUPTIMES1} ____

2yo. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta la constitución legal de la empresa o negocio? (**EN MESES**) {SUPTIMES2} ____
(ENCUESTADOR SI NO HA CONSTITUIDO LEGALMENTE LA EMPRESA ANOTE 00)

2yp. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta la primera venta de la empresa o negocio? (**EN MESES**) {SUPTIMES3} ____
(ENCUESTADOR SI NO HA REALIZADO NINGUNA VENTA ANOTE 00)

2yq. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de empresa o negocio hasta que contrató a su primer empleado? (**EN MESES**) {SUPTIMES4} ____
(ENCUESTADOR SI NO HA CONTRATADO EMPLEADOS ANOTE 00)

2yr. ¿Conoce usted programas de apoyo en emprendimiento **en su ciudad?** {SUPSUPENT}

Sí.....1 CONTINUE
 No.....2
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9 } **PASE AL BLOQUE 2, PÁG. 14**

(NO LEER) →

2ys. ¿Cuáles programas de apoyo en emprendimiento conoce en **su ciudad?** (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE) {SUPWPROG }

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

2yt. ¿Participa usted en algún programa de apoyo en emprendimiento en **su ciudad**? {SUPWENT}

(NO LEER) →	Sí.....	1	} PASE BLOQUE 2 PREGUNTA 1c CONTINÚE CON LA PREGUNTA 2yu PASE AL BLOQUE 2 PREG.1c
	No.....	2	
	[No sabe.....	8	
	[Rechaza.....	9	

2yu. ¿Por qué razones no participa en algún programa de apoyo en emprendimiento en **su ciudad**?(SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE)
{SUPWHYNOT}

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 2: PROPIETARIOS- ADMINISTRADORES

1c. ¿Es usted en la actualidad, solo o con otras personas, propietario de un negocio o empresa que ayuda a dirigir? ¿O es usted trabajador independiente o vende algún bien o servicio a otros? {OWNMGE}

Si.....	1	
No.....	2	PASE A 3a
No sabe.....	8	
Rechaza.....	9	PASE A 3a

PREGUNTAR 2q SOLO SI EL ENCUESTADO RESPONDE “Si” (1) A LA PREGUNTA 1C Y “Si” (1) A LA PREGUNTA 2a- PAG 3. DE OTRA FORMA PASE A LA PREGUNTA 3a.

2q. ¿Es el mismo negocio a que se ha referido en las preguntas QUE LE HE ESTADO HACIENDO o es un negocio diferente? **NO LEER LISTA.** {SU_OM}

Es el mismo negocio.....	1	PASE AL BLOQUE 3 Pág. 24
Es un negocio diferente.....	2	CONTINUE
No sabe.....	8	CONTINUE
Rechaza.....	9	PASE AL BLOQUE 3 Pág. 24

CONTINUA CON ESTE BLOQUE SI EL ENCUESTADO RESPONDE “Sí” (1) O “No sabe” (8) A LA PREGUNTA 1c, DE OTRA FORMA, PASE AL BLOQUE 3- PAG 24 (1e).

- 3a.** (Quizá no quedó claro lo que entendemos por un “Negocio”. Si usted personalmente recibe ganancias de los beneficios de vender productos y / o servicios a otros, esto puede ser un negocio)
 ¿Es usted personalmente propietario de todo, parte, o nada de este negocio? (NO LEER LA ESCALA. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA) (NOTA AL ENTREVISTADOR: SI HAY MÁS DE UN NEGOCIO SELECCIONAR EL QUE EL ENTREVISTADO CONSIDERE QUE PROPORCIONA MÁS TRABAJOS) {OMOWN}

Todo.....	1	PASE A PREGUNTA 3c
Parte.....	2	
Nada.....	3	
No es aplicable.....	7	} PASE A BLOQUE 3, PÁG. 24
No sabe.....	8	
Rechaza.....	9	

- 3b.** ¿Cuántas personas, incluyéndose usted, son simultáneamente propietarios y participan en la dirección de esta nueva empresa o negocio? (NO LEER LA ESCALA O RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 1 Y 1000. NO SE ACEPTAN INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO, TRATE DE LOGRAR LA MEJOR APROXIMACIÓN A ESTE DATO.). SI LA PERSONA SÓLO CUMPLE UNA DE LAS DOS CONDICIONES ANOTE RECHAZA (COD. 9). ACLARE SI ES NECESARIO: PARTICIPAR EN LA DIRECCIÓN ES TENER PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL DÍA A DÍA DEL NEGOCIO, AUNQUE SEA COMO MÍNIMO 4 HORAS A LA SEMANA {OMOWNERS}

_____ (RANGO VÁLIDO 1-1000)
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

- 3c.** ¿Cuál fue el primer año que los fundadores del negocio recibieron salarios, beneficios o pagos en especie de este negocio? (LEER SI ES NECESARIO.) Por pagos en especie, se entienden bienes o servicios proporcionados en calidad de pago a cambio de trabajo, en lugar de dinero en efectivo. (NO LEER LA ESCALA O EL RANGO VÁLIDO. REGISTRE UN AÑO DE CUATRO DÍGITOS. POR EJEMPLO, AÑO “86” DEBE SER INTRODUCIDO COMO “1986”. SI TODAVÍA NO HA HABIDO PAGOS, MARQUE 7.) {OMWAGEYR}

_____ RANGO VÁLIDO 1800-2010) PASE A LA PREGUNTA 3d)
 Todavía no ha habido pagos.....7 PASE A LA PREGUNTA 3d)
 No sabe.....8 CONTINÚE
 Rechaza.....9 PASE A LA PREGUNTA 3d)

- 3c1.** ¿Recibieron los fundadores de este negocio algún salario, beneficio o pago en especie procedentes de este negocio antes del 1 de Enero de 2007? NO LEER LISTA. {OMPAY2}

Sí.....1
 No.....2
 No sabe.....8

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

Rechaza.....9

3d. ¿Qué tipo de negocio es? **(OTRA FORMA:)** ¿Qué vende?¿Cómo figura o figuraría en un directorio de empresas, tales como las páginas amarillas? **(ESCRIBIR LA RESPUESTA VERBAL).** El encuestado debe responder mediante una frase que pueda describir claramente ambas cosas: (1) la naturaleza del producto o servicio, así como (2) el primer cliente base (otra empresa o el consumidor típico), (3) El sector detallado de la actividad Los tipos de negocio ordinarios—restaurantes, constructores, centros de cuidados diarios—necesitan respuestas poco elaboradas. La descripción debe permitir determinar qué tipo de producto es fabricado (industria), producido en agricultura, extraído en minería, creado en construcción, tipo de transporte o utilidad proporcionada, qué es vendido al por mayor o al detalle, y la naturaleza específica del servicio—reparación, financiero, negocios, médico, educacional o social—proporcionado. “Alta Tecnología” o “comercio electrónico” NO son formas adecuadas de describir un negocio y no deben ser utilizadas como fórmula. En cambio, si que sirven: Explotación agrícola de producción intensiva de fruta; Materiales de construcción para edificios; Venta al por mayor de ropa confeccionada; Venta al por menor de calzado; Consulta oftalmológica, etc. Si en el negocio se hacen varias cosas, debe describirse la actividad que da lugar a mayor facturación o ventas.) **{OMBUSTYPE}** (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE)

3d1. ¿Consideran todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales este producto o servicio nuevo y poco familiar? **(NO LEER LA ESCALA. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) LEA: PUEDE TRATARSE DE VERSIONES MEJORADAS, NOVEDOSAS Y POCO COMUNES {OMNEW CST}**

Todos.....1
 Algunos.....2
 Ninguno lo considera Nuevo y poco conocido.....3
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

3d2. En este momento, ¿Hay muchas, pocas o ninguna otra empresa ofreciendo los mismos productos o servicios a sus clientes potenciales? **(NO LEER LA ESCALA. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) {OMCOMPET}**

Muchas empresas competidoras.....1
 Pocas empresas competidoras.....2
 Ninguna empresa competidora.....3
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

3d3. ¿Estaban disponibles las tecnologías o procedimientos requeridos para producir este producto o servicio hace menos de un año, entre uno y cinco años o desde hace más de cinco años? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA.) {OMNEWTEC}**

Menos de un año.....1
 Entre uno y cinco años.....2
 Más de cinco años.....3
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9

**(NO
 LEER) →**

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

3d4. ¿Qué proporción de sus clientes normalmente vive fuera de su país? Más del 90%, más del 75%, más del 50%, más del 25%, más del 10%, o un 10% o menos? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA.) {OMEXPORT}**

- Más del 90%.....1
 Del 75% al 90%.....2
 Del 50% al 75%.....3
 Del 25% al 50%.....4
 Del 10% al 25%.....5
 Menos del 10%.....6
 [Ninguno.....7
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9
- (NO LEER) →

3e. Actualmente, ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios, pero incluyendo a subcontratados exclusivos, están trabajando en este negocio? Por subcontratados en exclusiva se entenderán personas o empresas que estén trabajando ÚNICAMENTE para este negocio sin trabajar para otros al mismo tiempo. **(NO LEER LA ESCALA O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 0 Y 1.000.000. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.) {OMNOWJOB}**

- #.....(RANGO VÁLIDO 0-1.000.000)
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

3f. Sin contar los propietarios, pero incluyendo a subcontratados en exclusiva, cuántas personas trabajarán para este negocio dentro de cinco años, (De aquí a cinco años) Por subcontratados en exclusiva se entenderán personas o empresas que estén trabajando ÚNICAMENTE para este negocio sin trabajar para otros al mismo tiempo. **(NO LEER LA ESCALA O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO ENTRE 0 Y 1.000.000. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.) {OMYR5JOB}**

- #.....(RANGO VÁLIDO 0-1.000.000)
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

3g. ¿Está involucrado en la puesta en marcha de este negocio para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene mejores opciones de trabajo en este momento? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA ÚNICA RESPUESTA.) {OMREASON}**

- Aprovechar una oportunidad de negocio, o.....1
 No tiene mejores opciones de trabajo.....2 (PASAR A 3h)
 [Combinación de los dos anteriores.....3
 [Tiene trabajo pero busca mejores oportunidades.....4
 [Otra (ESPECIFICAR ____ {OMREASON_OTH}).....5 } (PASAR A 3h)
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9
- (NO LEER) →

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

3gi. ¿Cuál de las siguientes razones, piensa usted, fue el motivo más importante para perseguir esta oportunidad?

(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA.) {OMOPTYPE}

- Mayor independencia laboral.....1
 Aumentar ingresos personales.....2
 Simplemente mantener sus ingresos.....3
 [Otra cual? (ESPECIFICAR).....{OMOPTYPE_OTH}.....4
 (NO [No sabe.....8
 LEER) → [Rechaza.....9

3h. ¿Puso usted en marcha este negocio? ¿Fue uno de sus primeros propietarios y directores? **NO LEER OPCIONES. {OMRSTART}**

- Sí.....1
 No.....2
 No sabe.....8
 Rechaza.....9

3o. Ahora le voy a leer tres afirmaciones. Por favor, dígame qué respuesta se acerca más a su punto de vista.

3oa. Comparando la situación actual con la de un año atrás, poner en marcha su negocio es ahora: **{OMSTART}**

- Más difícil.....1
 Algo más difícil.....2
 igual.....3
 Algo menos difícil.....4
 Menos difícil.....5
 [No es aplicable.....7
 (NO [No sabe.....8
 LEER) → [Rechaza.....9

3ob. Comparando la situación actual con la de un año atrás, sus expectativas de crecimiento son ahora: **{OMGROW}**

- Menores.....1
 Un poco menores.....2
 Iguales.....3
 Un poco mayores.....4
 Mayores.....5
 [No es aplicable.....7
 (NO [No sabe.....8
 LEER) → [Rechaza.....9

3oc. ¿Qué impacto ha tenido la crisis económica global sobre las oportunidades de poner en marcha esta empresa? **{OMOPPT}**

- Más oportunidades de negocio.....1
 Algo más de oportunidades de negocio.....2
 Ningún impacto.....3
 Algo menos de oportunidades de negocio.....4
 Menos oportunidades de negocio.....5
 [No es aplicable.....7

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

(NO [No sabe.....8
LEER) → [Rechaza.....9

PREGUNTAS SOBRE REDES

3p. Varias personas le pueden dar consejo sobre su nueva empresa o negocio. (LEA EL ENUNCIADO DE LA PREGUNTA COMPLETA CADA CINCO ITEM:
¿Durante el último año ha recibido asesoría por parte de ...):

		SI	NO	NO SABE	RECHAZA
a.	Su cónyuge o su compañero de vida? {SUNSP0}	1	2	8	9
b.	Sus padres? {SUNPAR}	1	2	8	9
c.	Otros familiares o parientes? {SUNOFA}	1	2	8	9
d.	Sus amigos? {SUNFRI}	1	2	8	9
e.	Sus actuales compañeros de trabajo? {SUNWCO}	1	2	8	9
f.	Su jefe actual? {SUNBOS}	1	2	8	9
g.	Alguna persona de otro país? {SUNOCO}	1	2	8	9
h.	Alguien que ha llegado del extranjero? {SUNFAB}	1	2	8	9
i.	Alguien que está empezando un negocio? {SUNSTA}	1	2	8	9
j.	Alguien con gran experiencia empresarial? {SUNBEX}	1	2	8	9
k.	Algún investigador o inventor? {SUNRES}	1	2	8	9
l.	Un posible inversionista? {SUNINV}	1	2	8	9
m.	Un Banco? {SUNBAN}	1	2	8	9
n.	Un abogado? {SUNLAW}	1	2	8	9
o.	Un contador? {SUNACC}	1	2	8	9
p.	Un empleado público en servicios empresariales? {SUNADV}	1	2	8	9
q.	Alguna empresa con la cual usted trabaja? {SUNCOL}	1	2	8	9
r.	Una empresa que pertenece a su competencia? {SUNCOM}	1	2	8	9
s.	Un proveedor? {SUNSUP}	1	2	8	9
t.	Un cliente? {SUNCUS}	1	2	8	9

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

u.	Un organismo de apoyo? {SUNORT}	1	2	8	9
----	---------------------------------	---	---	---	---

PREGUNTAS SOBRE

3za. A cuántos países se encuentra exportando actualmente (NO LEER LA ESCALA O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.): SI NO EXPORTA NO ANOTE CERO SINO CIRCULE LA OPCIÓN NINGUNO. RESPUESTA 3 {OMICOUNTRY}

 [Ninguno.....7
 (NO [No sabe.....8
 LEER) → [Rechaza.....9

3zb. A cuántos países espera exportar durante los Próximos 5 años? (NO LEER LA ESCALA O EL RANGO VÁLIDO. INTRODUCIR UN NÚMERO EXACTO. NO ACEPTAR INTERVALOS. SI EL ENCUESTADO NO ESTÁ SEGURO TRATAR DE LOGRAR LA CIFRA MÁS APROXIMADA.): SI NO ESPERA EXPORTAR NO ANOTE CERO SINO CIRCULE LA OPCIÓN NINGUNO. RESPUESTA 3 DIGITOS. {OMICINTMRK}

_____/_____/_____/_____/_____/ CONTINÚE
 [Ninguno.....7 PASE A 3ya
 (NO [No sabe.....8 CONTINÚE
 LEER) → [Rechaza.....9 PASE A 3ya

3zc. Con qué frecuencia exportará?: {OMIEXPORT}

Esporádicamente.....1
 Regularmente.....2
 [No sabe.....8
 (NO [Rechaza.....9
 LEER) →

3zd. Cómo exportará?: {OMIMODE}

Distribuidor en el exterior.....1
 Distribuidor nacional.....2
 Punto de venta en el exterior.....3
 A través de un socio en el exterior.....4
 Agentes comerciales en el exterior.....5

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

(NO [No sabe.....8
LEER) → [Rechaza.....9

PREGUNTAS SOBRE POTENCIAL DE CRECIMIENTO
--

3ya. ¿Ha creado una empresa antes de ésta?: {OMPENTBEF}

Sí.....1

No.....2

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza.....9

3yb. ¿Ha sido gerente de alguna empresa diferente a esta?: {OMPMANBEF}

Sí.....1

No.....2

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza.....9

3yc. ¿Ha trabajado en una empresa que ha crecido rápidamente?: (LEER: SIGNIFICA QUE EL VOLUMEN DE VENTAS HA AUMENTADO, O HA INCREMENTADO EL NÚMERO DE EMPLEADOS O SUBCONTRATADOS) {OMPWGROWBEF}

Sí.....1

No.....2

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza.....9

3yd. ¿Ha trabajado en una empresa similar (con el mismo producto o servicio)? {OMPSIMENT}

Sí.....1

No.....2

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza.....9

3yf. ¿Por qué cree que esta iniciativa empresarial es realmente una oportunidad de desarrollo para usted? El encuestado debe responder mediante unas frases que puedan describir claramente lo que se indaga. {OMPOPORDEV} (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE)

- 3yg. ¿Cuáles son sus expectativas de crecimiento en ventas durante los próximos cinco años? Más del 90%, entre el 75% y 90%, entre el 50% y 75%, entre el 25% y el 50%, del 10% al 25%, o menos del 10%? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE EL 25% EXACTO, MARQUE LA OPCION 4; SI RESPONDE EL 50% EXACTO, MARQUE LA OPCION 3; SI RESPONDE EL 75% EXACTO, MARQUE LA OPCION 2) {OMPEXPGRW}**

Más del 90%.....1
 Del 75% al 90%.....2
 Del 50% al 75%.....3
 Del 25% al 50%.....4
 Del 10% al 25%.....5
 Menos del 10%.....6
 No sabe.....9

- 3yh. ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad de la inversión inicial dentro de cinco años? Más del 90%, más del 75%, más del 50%, más del 25%, más del 10%, o un 10% o menos? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE EL 25% EXACTO, MARQUE LA OPCION 4; SI RESPONDE EL 50% EXACTO, MARQUE LA OPCION 3; SI RESPONDE EL 75% EXACTO, MARQUE LA OPCION 2) {OMPEXPARENT}**

Más del 90%.....1
 Del 75% al 90%.....2
 Del 50% al 75%.....3
 Del 25% al 50%.....4
 Del 10% al 25%.....5
 Inferior del 10%.....6

- 3yi. ¿En cuántos años espera recuperar la inversión realizada en su negocio? Menos de uno, entre uno y tres, entre tres y cinco, más de cinco? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA. SI EL ENCUESTADO RESPONDE TRES, MARQUE LA OPCION 2) {OMPARENT}**

Más de cinco.....1
 Entre tres y cinco.....2
 Entre uno y tres.....3
 Menos de uno.....4

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

3yj. ¿Cuál fue la inversión inicial de su negocio? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA)** {OMPINTINV}

Más de \$100.000.000.....	1
Entre \$75.000.000 y \$100.000.000.....	2
Entre \$50.000.000 y \$75.000.000.....	3
Entre \$25.000.000 y \$50.000.000.....	4
Entre \$5.000.000 y \$25.000.000.....	5
Menos de \$5.000.000.....	6

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

3yk. ¿Tiene temor a la financiación externa?: {OMPFEAREXF} (ENTIDAD FORMAL)

Sí.....1
No.....2

(NO LEER) → [No sabe.....8
[Rechaza.....9

3yl. ¿Ha accedido a alguna fuente de financiación externa?: (ENTIDAD FORMAL) {OMPINSOURCE}

Sí.....1 CONTINÚE CON LA PREGUNTA 3ym
No.....2

(NO LEER) → [No sabe.....8
[Rechaza.....9 } PASE A 3yn

3ym. ¿A qué fuente de financiación ha accedido con mayor frecuencia? (LEER LA LISTA SI ES NECESARIO. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA) {OMPINSOURCEW}

Banca comercial.....1
Línea de crédito Bancoldex.....2
Fondos de capital de riesgo.....3
Fondos Emprender (SENA).....4
Premio Destapa Futuro (Bavaria S.A).....5
Otros fondos de capital semilla.....6

3yn. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta que creó la empresa o negocio? (EXPRESADO EN MESES). (SI DICE DÍAS, ANOTE 1 MES) {OMPTIMES1} _____

3yo. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta la constitución legal de la empresa o negocio? (EN MESES) _____
(ENCUESTADOR SI NO HA CONSTITUIDO LEGALMENTE LA EMPRESA ANOTE 00. SI DICE DÍAS, ANOTE 1 MES) {OMPTIMES2}

3yp. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta la primera venta de la empresa o negocio? (EN MESES) {OMPTIMES3} _____
(ENCUESTADOR SI NO HA REALIZADO NINGUNA VENTA ANOTE 00.SI DICE DÍAS, ANOTE 1 MES)

3yq. ¿Cuántos meses transcurrieron desde que concibió la idea de negocio hasta que contrató a su primer empleado? (EN MESES) {OMPTIMES4} _____
(ENCUESTADOR SI NO HA CONTRATADO EMPLEADOS ANOTE 00. SI DICE DÍAS, ANOTE 1 MES)

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

3yr. ¿Conoce usted programas de apoyo en emprendimiento en su ciudad? {OMPSUPENT}

SI LA PERSONA RESPONDIÓ EN EL BLOQUE 1, LAS PREGUNTAS 2yr, 2ys, 2yt y 2yu (PAG. 13 Y 14) PASE AL BLOQUE 3

	Sí.....	1	
	No.....	2	
(NO	[No sabe.....	8	} (PASE AL BLOQUE 3)
LEER) →	[Rechaza.....	9	

3ys. ¿Cuáles programas de apoyo en emprendimiento conoce? (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE). {OMPWPROG}

3yt. ¿Participa usted en algún programa de apoyo en emprendimiento? {OMPWENT}

	Sí.....	1 PASE A BLOQUE 3, PREG. 1e
	No.....	2 CONTINÚE
(NO	[No sabe.....	8 PASE A BLOQUE 3, PREG. 1e
LEER) →	[Rechaza.....	9 PASE A BLOQUE 3, PREG.1 e

3yu. Por qué razones no participa en algún programa de apoyo en emprendimiento? (SONDEAR, PROFUNDIZAR ANOTAR TEXTUALMENTE). {OMPWHYNOT}

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 3: EMPRESARIAS POTENCIALES Y DISCONTINUOS

1e. Está pensando en poner en marcha un nuevo negocio o empresa ya sea sólo o con otros en los próximos 3 años, incluyendo cualquier forma de autoempleo {FUTSUP}

Si 1
 No 2
 No sabe 8
 Rechaza 9

1f. En los últimos 12 meses ha vendido, cerrado o abandonado una empresa o negocio del cual era propietario y gerente, incluyendo cualquier forma de autoempleo o venta de bienes y/o servicios a cualquiera {DISCENT}

Si 1
 No 2
 No sabe 8
 Rechaza 9

SI RESPONDE “SÍ” (1) A LA PREGUNTA 1f, PREGUNTAR 4a - 4c, DE OTRA FORMA, PASE AL BLOQUE 4- PAG- 26

4a. ¿Ha seguido funcionando dicho negocio desde que usted lo dejó? LEER LA ESCALA. {EXBUSCON}

Si 1
 No 2
 El negocio continuó pero su actividad cambió 3
 (NO [No sabe 8
 LEER) → [Rechaza 9

4b. ¿Cuál fue la razón más importante para dejar ese negocio?

(LEA ESTA LISTA DE ARRIBA ABAJO- ÚNICA RESPUESTA –SI LA PERSONA MENCIONÓ VARIAS RAZONES, PIDA QUE LE DIGA LA MAS IMPORTANTE) {EXREASON}

Una oportunidad de vender el negocio 1
 El negocio no era rentable 2
 Problemas financieros 3
 Encontró otro trabajo u oportunidad de negocio 4
 El cierre fue planificado con antelación 5

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

Jubilación.....6
 Motivos personales.....7
 Un incidente.....8

(NO
LEER) → [Otra ¿Cuál?.....{EXREASON_OTH}..77.
 [No sabe.....98
 [Rechaza.....99

4c. La crisis económica global, ¿tuvo: ningún impacto, algún impacto o un gran impacto en su decisión de abandonar este negocio? **LEA OPCIONES.**
{EXCRISIS}

(NO
LEER) → Ningún impacto.....1
 Algún impacto.....2
 Un gran impacto.....3
 [No sabe.....8
 [Rechaza.....9

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 4

		Sí	No	No sabe	Rechaza
1g.	Usted conoce personalmente a alguien que puso en marcha un negocio en los últimos dos años {KNOWENT}	1	2	8	9
1h.	En los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para poner en marcha negocios en la ciudad en que usted vive {OPPORT}	1	2	8	9
1i.	Usted tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requeridas para la puesta en marcha de un nuevo negocio o empresa {SUSKILL}	1	2	8	9
1j.	En su caso, el miedo al fracaso sería un obstáculo para poner en marcha un negocio o empresa {FEARFAIL}	1	2	8	9

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 5		Sí	No	No sabe	Rechaza
1k.	En Colombia, la mayoría de la gente prefiere que todos tengan un nivel de vida similar {EQUALINC}	1	2	8	9
1l.	En Colombia la mayoría de la gente considera que emprender (crear un negocio o empresa) es una alternativa de carrera o de vida deseable {NBGOODC}	1	2	8	9
1m.	En Colombia, los emprendedores (personas que crean empresas o negocios) que tienen éxito gozan un alto nivel de estatus social y de respeto {NBSTATUS}	1	2	8	9
1n.	En Colombia, los medios de comunicación difunden a menudo noticias sobre nuevos negocios que tienen éxito {NBMEDIA}	1	2	8	9

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 6: INVERSORES INFORMALES

1d. En los últimos 3 años, usted ha proporcionado personalmente fondos para una empresa o negocio puesta en marcha por otras personas excluyendo cualquier tipo inversión en bonos, acciones o fondos (dinero) comunes de inversión {BUSANG}

Si 1

No 2 **PASE AL BLOQUE 7 DEMOGRÁFICO- Pág. 27**

No sabe 8

Rechaza 9 **PASE AL BLOQUE 7 DEMOGRÁFICO- Pág. 27**

5a. ¿Aproximadamente cuánto dinero, propio en total, ha aportado en los 3 últimos años para la puesta en marcha de este tipo de negocios? (no incluya inversión en bolsa, o fondos mutuos) (LEER SI ES NECESARIO: por favor incluya tanto préstamos como fondos propios) **EXPRESAR EN PESOS COLOMBIANOS SI EL ENTREVISTADO NO HA PUESTO FONDOS, PONER EL CÓDIGO 7, NO DEJAR LA RESPUESTA EN BLANCO.** {BAFUND}

Cifra \$ ____ . ____ . ____ . ____ . ____ (RANGO VÁLIDO 1-1.000.000.000)

Cifra en letras _____

No ha proporcionado fondos 7

No lo sabe 8

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

Rechaza.....9

PREGUNTAR 5c SOLO SI EL ENCUESTADO RESPONDE UN RANGO VALIDO O RESPONDE "No sabe" O "Rechaza" A LA PREGUNTA 5a.

5c. ¿Qué relación tenía con la persona que ha recibido su más reciente inversión personal? (LEA OPCIONES -UNICA RESPUESTA) {BAREL}

Familiar directo, como su esposa, hijo, hermano, nieto.....1

Otros familiares, consanguíneos, políticos.....2

Compañero de trabajo.....3

Un amigo o vecino, o.....4

Un desconocido con una buena idea de negocio.....5

[Otro caso (ESPECIFICAR)..... {BAREL_OTH}.....6

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza.....9

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA**BLOQUE 7: DEMOGRAFICO**A. Sexo del encuestado **NO LEER LA ESCALA.** {GENDER}

Hombre.....1

Mujer.....2

B. Cuál es su edad actual (en años)? {AGE}

/___/___/

Introducir la edad exacta en el momento de la encuesta (PASE A D)

No lo sabe.....8

Rechaza.....9 } (PASE A C)

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

SI EL ENCUESTADO RECHAZA PROPOCIONAR LA EDAD ACTUAL, REALICE LA SIGUIENTE PREGUNTA (C). DE OTRA FORMA, SALTE A LA

PREGUNTA D.

C. Le voy a leer unos rangos de edad. ¿Me podría decir cuál se ajusta a la suya? (LEER LISTA.) {AGE7C}

Grupo de edad	Código
18-24 años.....	1
25-34 años.....	2
35-44 años.....	3
45-54 años.....	4
55-64 años.....	5

(NO

LEER) → Perdido/Rechazado.....9

D. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su situación laboral actual? (LEER OPCIONES) SI MENCIONA DOS, PIDA QUE LE DIGA A CUAL DEDICA LA MAYOR PARTE DE SU TIEMPO- RESPUESTA ÚNICA {OCCU}

Empleado activo tiempo completo	1
Empleado activo tiempo parcial	2
Autoempleado/Independiente.....	3
Estoy buscando empleo	4
No estoy activo por jubilación o incapacidad	5
No trabajo porque estoy únicamente estudiando	6
Trabajo en labores del hogar tiempo completo (ama de casa).....	7
Otro ¿Cuál?	

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza9

E. ¿Cuántas personas viven permanentemente en su hogar incluyéndose usted? LEER . {HHSIZE} EXCLUIR PERSONAS DEL SERVICIO DOMÉSTICO

Introducir el número que corresponde al tamaño del hogar /__/_/

(NO [No sabe.....8

LEER) → [Rechaza9

F. Ahora, le voy a leer una lista de rangos de ingreso mensual total. Indíqueme, por favor, cuál se ajusta más a la situación de ingreso de su hogar, contando con el aporte de todos sus miembros incluido usted, en una sola cifra? {XXHHINC}

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

Menos de \$1'030.000 (Menos de 2 SMMLV)	Entre \$1'030.001 y \$1'545.000 (De 2 a 3 SMMLV)	Entre \$1'545.001 y \$2'060.000 (De 3 a 4 SMMLV)	Entre \$2'060.001 y \$2'575.000 (De 4 a 7 SMMLV)	De \$2'575.001 En adelante (De 7 SMMLV en adelante)	NS/NR	Rechaza
1	2	3	4	5	98	99

G. ¿Cuál es el nivel educativo más alto que ha completado usted? **(LEER LA LISTA SI ES NECESARIO) {XXREDUC}**

Sin estudios (BAJO)	01
Primaria incompleto (BAJO)	02
Primaria completo (BAJO)	03
Secundaria incompleto (INTERMEDIO)	04
Secundaria completo (INTERMEDIO)	05
Técnico incompleto (INTERMEDIO)	06
Técnico completo (ALTO)	07
Universitario incompleto (ALTO)	08
Universitario completo (ALTO)	09
Postgrado (ALTO)	10
No sabe	98
No responde	99

H. ¿Podría decirme cuál es el estrato que aparece en el recibo de energía eléctrica?

Estrato 1	Estrato 2	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Ns/Nr
1	2	3	4	5	6	9

I. ¿Actualmente usted es...?

Soltero	1
Casado / vive en pareja	2
Viudo / separado / divorciado	3

PREGUNTAR A TODA LA MUESTRA

BLOQUE 8: EDUCACIÓN

SECCIÓN 6A. ¿Cuál de las siguientes preguntas aplicaría para usted?

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

(LEER LAS PREGUNTAS) (NO LEER LA ESCALA DE RESPUESTAS. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA.)

(LEER SI ES NECESARIO:) Esto aplica para usted?

	<u>Sí</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>Rechaza</u>
6a1. Alguna vez ha participado en un curso de formación sobre creación de empresas en la escuela primaria o secundaria?	1	2	8	9
6a2. Alguna vez ha participado en un curso de formación sobre creación de empresas después de completar su educación secundaria?	1	2	8	9

CONTINÚE SI RESPONDIÓ “SÍ” o “ NO SABE” A LA PREGUNTA 6a2, DE LO CONTRARIO PASE A CONTROLES FINALES

SECCIÓN 6B

Ahora voy a mencionar algunas fuentes de educación o formación en el inicio de un negocio o empresa

(NO LEER LA ESCALA. ACEPTAR UNA SOLA RESPUESTA)

6b1. Recibió usted capacitación en creación de empresas como parte de su educación superior después de haber terminado el bachillerato {SPETB1}

Sí.....	1
No.....	2
No sabe.....	8
Rechaza.....	9

6b2. Recibió usted capacitación en creación de empresas suministrada por una universidad o centro de educación superior que no hacía parte de su educación l {SPETB2}

Sí.....	1
No.....	2
No sabe.....	8
Rechaza.....	9

6b3. Recibió usted capacitación en creación de empresas suministrada por una asociación local de empresariascuyo objetivo es promover el bienestar y los intereses de la comunidad empresarial, como la Cámara de Comercio u otra Asociación Empresarial? {SPETB3}

Sí.....	1
No.....	2
No sabe.....	8
Rechaza.....	9

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

6b4. Recibió usted capacitación en creación de empresas suministrada por una agencia / entidad del Gobierno? {SPETB4}

Sí..... 1
 No..... 2
 No sabe..... 8
 Rechaza.....9

6b5. Recibió capacitación en creación de empresas suministrada por su empleador actual o anterior? {SPETB5}

Sí..... 1
 No..... 2
 No sabe..... 8
 Rechaza.....9

6b6. Ha aprendido sobre creación de empresas informales? Por ejemplo, esto pudo haber sido a través de la lectura de un libro en su tiempo libre o de la observación de otras personas en sus negocios, o trabajando en algún otro negocio {SPETB6}

Sí..... 1
 No..... 2
 No sabe..... 8
 Rechaza.....9

6b7. Recibió usted capacitación en creación de empresas a través de cualquier otro organismo? {SPETB7}

Sí..... 1
 No..... 2
 No sabe..... 8
 Rechaza.....9

PREGUNTE 6b7A SI RESPONDIÓ “SI” O “ NO SABE” A LA PREGUNTA 6b7, DE LO CONTRARIO, PASE A LA PREGUNTA 6b8

6b7a. ¿Qué tipo de organización suministró el entrenamiento en creación de empresas? (ESCRIBA EL TIPO DE ORGANIZACIÓN Y NOMBRE)

.....

6b8. ¿El entrenamiento recibido en creación de empresas tuvo algún componente o módulo en Internet?

Sí..... 1
 No..... 2
 No sabe..... 8
 Rechaza.....9

Emprendimiento en Mujeres Bumanguesas

Nuevamente quiero agradecerle su colaboración en nombre del Centro Nacional de Consultoría.

Le agradecemos mucho su colaboración y opiniones. Quisiera preguntarle si estaría dispuesto en el futuro a volver a colaborar con nosotros.

Sí	1
No	2

Tenga usted un feliz: día/ tarde/ Noche
Controles Finales CNC

a) Hora de iniciación

Hora de finalización

				AM	1					AM	1
Hora		Minutos		PM	2	Hora		Minutos		PM	2

b) Fecha de realización de la encuesta

		2010
Día	Mes	Año

b) Encuestador: Nombre, apellidos

Cédula

c) Supervisor: Nombre, apellidos

Cédula

d) Tipo de supervisión

Monitorización	1	Re-contacto Telefónico	3
Re-contacto Presencial	2	Revisión	4